

INTEGRATING FACEBOOK IN ROMANIAN ONLINE NEWSPAPERS:
EMERGING PRACTICES OF PRODUCING THE JOURNALIST'S
AUTHORITY

CAMELIA BECIU*
MIRELA LAZĂR**

ABSTRACT

This study investigates the construction of the journalist's authority in a heterogeneous and evolving networked media environment. We analyse the specific ways in which the Romanian online newspaper *Adevărul*, which is relevant for encompassing a model of media convergence, integrates Facebook content into news articles in the context of the 2017 #rezist protests. Based on the dispositive analysis, we prioritize three discursive practices supporting the configuration of the journalist's authority: media representations, the media construction of responsibilities, and the critical and deliberative role of the journalist. We argue that the use of social media in online articles favours a more evaluative media discourse, yet not explicitly appropriated by the journalist, and also ways of engaging the audience within a field of power relations. These findings could bring valuable evidence of new forms of media power and, in particular, of the deliberative role of the journalist in a convergence and participative culture of high competitiveness.

Keywords: Journalists' authority, Facebook, media discourse, field of power relations, hybrid journalism

INTRODUCTION

A particular feature of the online media discourse in the context of social protests and disruptive actions that were foregrounded by the complexity and creativity of the mobilization practices, especially through the social networks, is the use of social media not only as a journalistic source, but also as a discursive practice.

* PhD, Professor, Faculty of Journalism and Communication Studies, University of Bucharest, e-mail: camelia.beciu@ffsc.ro.

** PhD, Professor, Faculty of Journalism and Communication Studies, University of Bucharest, e-mail: miralazar05@yahoo.com.



Social media are incorporated into media discourse “as a regular sourcing routine” of the journalist (Paulussen & Harder, 2014), and as a tool for the discursive construction of media representations and of modes of engaging the audience.

Thus, an emergent media dispositive results “as a heterogeneous and socially regulated practice” of media coverage (Beciu *et al.*, 2017) triggering a space of visibility, interactions and engagement. The fusion of two types of connectivity (online newspaper and social media), as a form of transmediality (Eder, 2015; Williams, 2009), creates a hybrid dispositive and thus new discursive mechanisms for building media representations, ways of engaging the audience, and last, but not least, ways of enactment of the journalist’s role.

One of the structural challenges brought by the new media and especially the social media regarding the role of the journalist lies in the “redistribution of power” (Molyneux & Mourão, 2017) in media environments, which can have dual consequences: on the one hand, it becomes more difficult for journalists to reproduce their symbolic power within a highly heterogeneous, competitive and evolving media landscape. On the other hand, journalists are likely to enhance their public visibility both as institutional actors and “personae” and also to increase their interaction with their audiences.

These findings are largely discussed in the current literature on the impact of online media “on the constitution of journalism itself” (Bossio, 2017, p. 3) and, in particular, on the journalistic authority (Voss & Thomas, 2018; Carlson, 2017) as one of the core resources for the practice of democracy. However, there is a consensus on the need for research to be more empirically grounded in order to reveal which are the emerging practices enabling journalists to preserve the seminal norms and values of their work (Ruotsalainen & Villi, 2018) while diversifying the practices of building a (professional) identity and interaction with audiences. In this respect, a less-discussed issue in the current state of research on the matter refers to how social media are used by journalists to shape meanings of events and issues.

A substantial amount of studies have approached the social media impact on the journalist’s work from a variety of aspects such as: the journalistic workflow and the flow of news (Lagneaux *et al.*, 2013); the use of specific technical affordance (*e.g.* Twitter) for reporting (Molyneux & Mourão, 2017; Vis, 2013); the use of social media “as a source for newspaper coverage” (Broersma & Graham, 2012, p. 1) and for distributing and promoting their news pieces (Welbers & Opgenhaffen, 2018), or the use of social media for the journalist’s personal branding (Molyneux *et al.*, 2019; Brems *et al.*, 2017). As a trend, numerous studies focus on the ways in which journalists employ social media as a tool and as a source, fewer analysing the use of social media as a discursive practice in constructing meaning, namely representations and positioning in media discourse. On this subject, we state that our angle of research could bring valuable evidence regarding (1) the discursive use of social media within mainstream online media, and (2) the way this practice influences the journalist’s authority.

Against this background, the issues we address are the following: how is Facebook used by Romanian journalists in the discursive construction of online news articles about protests?

In the first part of the study, we developed an analytical framework on the new types of constraints and opportunities that influence the journalist's work and the ongoing dynamics of the journalistic field within a convergence and participative culture (Hanusch, 2019; Fowler-Watt & Allan, 2013; Meraz, 2013). Next, we present a series of features of Romanian newspaper articles that rely on the integration of Facebook content as a discursive practice, prioritizing three dimensions: media representations, the media construction of responsibilities, and the critical and deliberative role of the journalist. Taking the Romanian online newspaper *Adevărul* as a case study, the analysis highlights specific ways of discursive use of Facebook in articles and discusses its implications in terms of the performative character of the media discourse and of the role of the journalist in a heterogeneous media environment (Van Aelst, 2017).

ANALYTICAL FRAMEWORK

According to a current assertion, the reconfiguration of journalistic practices under the influence of new media is not understood as a way of breaking with the "old media" technical-material and cultural conditions, but as a continuous process of media appropriation of the digital, mobile technologies, as part of the emerging practices of production, dissemination and consumption of media content (Deuze, 2011; Fenton, 2010).

This intersection of old media and new media, online media and social media practices, as an expression of media convergence, reveals a series of transformations of the media environment (Carlson, 2017; Aalberg *et al.*, 2010) also concerning the journalists' authority and autonomy in relation to their sources and audiences. Some scholars view these transformations as a *hybrid turn* (Witschge *et al.*, 2019) in the journalistic field. The concept of hybridity along with others, such as "polyvocality" (of the press) (Carlson, 2017), "ambient journalism" (Hermida, 2010), "journalism as orientation" (Baym, 2017) or "entrepreneurial journalism" (Ruotsalainen & Villi, 2018) are used in current scholarship to explain the "rise of new structures" in the journalistic field (Witschge *et al.*, 2019, p. 652) and, correspondingly, of new forms of "knowledge claims of journalism" (Wahl-Jorgensen, 2015, p. 170) in relation to the dynamics of digital developments.

Recent research on the subject (Witschge *et al.*, 2019; Baym, 2017; Chadwick, 2013) points out that hybridity occurs at the levels of traditional and social media, producers' practices, construction and distribution of media products (through multiple media channels and platforms). Hybridity, as an analytical and an empirical tool, explains the journalistic work and the media production from the

perspective of the coexistence, connection, interweaving, and blending of genres, practices and formats.

In addition, with the new media, we are witnessing a reshaping of the ways in which journalism produces various types of public knowledge through plural and heterogeneous genres, dispositives / formats and discursive practices.

However, hybrid journalism is not a *per se* peculiarity of digital culture, but refers to those practices associated with the commercialization and instrumentalization of political journalism in the context of a more interpretative, adversarial and conversational journalism (de Beus, 2011).

In this sense, Beciu *et al.* (2018) analysed a less studied aspect, namely how hybridity manifests itself in the discursive performance of the journalist's role in a networked public sphere, in relation to his / her audiences and to various public actors (stakeholders, politicians, opinion leaders, etc.). Beciu *et al.* (*ibidem*) highlighted how the growing personalization of the journalist's discourse influences the way he / she performs his / her role of critical political journalist in broadcast talk as a "hybridized figure" combining the "radical role" (mediating a critical discourse against the decision-makers) with the "facilitative role" (Christians *et. al.*, 2009; Hanitzsch, 2017).

Or, the new media considerably diversifies the ways through which it mixes journalistic norms, practices, discourses and routines in the articulation of the journalist's role with respect to the socio-technological heterogeneity of communication. A significant example from this point of view is the blending of what some authors call "the rationality of traditional media and the affectuality of social media" (Ruotsalainen & Vili, 2018), which led to the diversification of sources and, in particular, to the enhancement of the "collaborative construction" of information through the mobilization of the public as a co-author of the news. The information is thus certified not only by the individuals' experience and emotions, but also by their ability to capture the "spectacle of the world". Through the media dispositive, the public is assigned multiple roles: a witness to the event, a journalistic source, an observer and/ or an amateur expert, and a citizen (an engaged user), which sometimes leads to an ambiguous relationship between the journalist and the source ("Who is the journalist? Who is the audience?", see Bossio, 2017).

In this respect, the growing "emotionalization of the public sphere" (Pantti, 2010), also due to the ongoing interdependence between the traditional and the social media, influences the production of media outcome (the public and private spheres coexist within the same text / socio-technical dispositive), related images (emerging visual styles) and the way the journalist communicates (an affective or a civic involvement), taking on multiple roles in relation to his / her sources (interlocutors) and audiences.

Thus, journalists relate to sources that can act simultaneously and autonomously under different expression and relational forms, through a multitude of voices and “claims to represent the public interest” (Mădroane, 2018, p. 178), each voice having a certain status mediated by the technological device (Facebook, Twitter, blog, institutional site, personal site, video you tube and so on) it uses.

Bossio (2017, p. 40) notes that through new practices of creating and disseminating media content, specific to the collaborative and participatory culture, “the biggest change in journalistic practice is not so much the practices themselves, but the broader institutional authority of the journalist”. Therefore, Carlson (2017) concludes that, in the digital culture, the concept of the journalist’s authority should be reconsidered, the main argument put forward being that the journalistic authority is articulated through a “polyvocal press” involving a fluid relationship between producers and media users/ consumers. Other features of this type of media focus on the use of different sources in real time and the display of subjectivity by the journalist as a more engaging discourse, in a constellation of voices and perspectives (Carlson, 2017, pp. 193, 194).

And yet, do these transformations, labelled as polyvocal press, erode the authority of the journalist? Especially if we think of the fact that post-truth is often associated with “contexts of a generalized crisis of confidence vis-à-vis the «knowledgeable individuals», those who bear the truth” (Mercier, 2018, p. 6), including journalists.

Some researchers consider that these practices do not necessarily indicate the erosion of the journalist’s authority as much as a repositioning and an adaptation of the journalist within the “post-industrial, entrepreneurial and atypical” (Deuze & Witschge, 2018, p. 165) journalistic field. This adaptability of journalists is expressed, among other things, through a diversification of strategies allowing them to reaffirm their authority as an expression of the ways in which they understand and put into practice normative claims and, thus, the boundaries of journalism in relation to other cultural fields (Vos & Thomas, 2018). Therefore, the journalistic authority is being built within the symbolic struggles for negotiating the meaning of journalism boundaries, through a dynamic of demarcation and “hegemonic co-optation” (Carlson & Lewis, 2015) of sources and critics. It is precisely this aspect of preserving the journalist’s authority in a competitive field of power that we investigate here, starting from the media / journalists’ discursive strategies of integrating Facebook into news articles.

We also place this emerging strategy in contexts that are specific to the media culture in Romania (from the evolution of the media market and political journalism to the media identity of the newspaper included in the corpus) in order to avoid a deterministic approach to the relationship between Facebook and media discourse.

METHODOLOGY

In defining the methodological framework, we have taken into account first of all the nature of the corpus made up of articles built through the imbrication between textual practices (specific to journalistic content) and social networks practices (specific to a shared interpersonal communication). From a journalistic genre perspective, the articles chosen have a specific structure, in which the story predominates, while also including evaluative titles or short evaluative statements that can point the audience towards an interpretation, to which various visuals (different ways of combining image and text) taken from Facebook are added.

These articles employ a factual style when presenting events. Their evaluative dimension is given mainly by the selection of Facebook posts and the short statements / comments that accompany them. Therefore, these articles have a relatively small part of the text produced by the journalist.

To analyse the ways in which the mainstream online media discursively have used Facebook in our corpus, we approach this type of news reports as a *hybrid media dispositive*, that is, as heterogeneous and socially regulated verbal and visual modes employed so that a space of representation and interaction is created (Beciu *et al.*, 2017). We use the concept of dispositive, grounded in the Foucauldian paradigm and subsequently in French Television Studies (Charaudeau 2005, 2011; Lochard 2006). From this perspective, the symbolic and performative power of the media relies on a communication project including various strategic choices (language, image, voices, design etc.) made by the media actors (newsroom and editorial policy, journalists), which are meaningfully combined and reinforced on a regular basis, providing the public with resources for interpretation and action. In this study, we approach the corpus as a variety of micro-dispositives, triggering spaces of visibility for the event and actors, of connectivity and engagement.

However, the socially pre-defined conventions of the media discourse are not seen as static, but as dynamic within the process of appropriation by the public (Ekström & Patronna, 2011). Broersma (2010, p. 20) argued that “the performative power of a text not only lies in its content but chiefly in its form and style – that is, in the expression of professional routines and conventions that justify, and mask, the subjective interpretation and news selection of the individual journalist”.

Starting from this premise, we consider two aspects in the analysis of the articles: (1) the modalities of integrating Facebook content (verbal and visual, actors, topics) and (2) the discursive construction of these articles by underlining certain strategies of actor representation and of engagement of audiences.

In the first stage of our dispositive analysis, we will highlight the following conditions of production of the article:

- Visual and verbal modes of integration of Facebook.
- The Facebook actors.
- Topics.

The corpus is comprised of news articles from the quality newspaper *Adevărul*, which stands out in the landscape of the Romanian online press due to its editorial profile, relevant to the “interaction between different media forms and platforms” (Dal Zotto & Lugmayr, 2016, p. 4). It is a newspaper with a well established history in the Romanian media sphere, which, in the context of the economic crisis of 2008 became also an online daily (like most of the Romanian press). The definitory aspect of its current format is the integration of a variety of blogs into its editorial structure. The editorial page is shaped in two large sections: one devoted to news and opinion articles and the other to blogs belonging to a variety of social actors of various status, from politicians, opinion leaders, experts, think tanks, and activists to celebrities or certain professional categories (teachers, physicians etc.). The first section includes news, updates and some reports, and comments on the media agenda. In the second section, the newspaper builds a debate arena starting from the agenda events through blogs. Thus, the deliberative role of the media is enacted through a polyphony of statutory voices, taken from other platforms, integrated into a new communication structure and redistributed as “types of discourse” on a topic or event. Apart from blogs, there are micro-sections that republish articles that have appeared in other newspapers from the media group to which *Adevărul* belongs (tabloid newspapers, thematic magazines, local versions of the newspaper, etc.). Thus, a carefully managed cooperation is ensured between the media platforms that make up a specific media business model (Beciu, 2017). As a consequence, the fact that *Adevărul* increasingly reuses the Facebook posts of other actors is consistent with an ongoing communication project of the newspaper to approach the news production and the interaction with the audiences through a variety of voices. In this sense, we consider that *Adevărul* is a significant media actor, its editorial practices also being relevant for the way the online mainstream press legitimates itself within a media convergence field.

We have selected 65 articles according to the purpose of research (*purposeful sample*, according to Koerber & McMichael, 2008), that is those comprising content taken from Facebook in different forms, covering the 2017–2019 anti-government protests initiated under the label *#rezist*.

Starting 2017, a debate has been launched in the Romanian public space about the Laws of Justice following the government’s proposal to introduce some amendments through emergency ordinances. While the government’s representatives called for the need to amend the legislative framework for the democratic consolidation of justice mechanisms, the political opposition considered that these amendments would jeopardize the independence of the judiciary and the whole process of democratic reformation of judicial institutions. In this context, a series of protests happened which would become emblematic for the new forms of political protest in Romania.

We have chosen the 2017 *#rezist* protests because this type of protests highlighted some emerging practices, such as the *simultaneity* of protests (in the

capital, in other cities of the country and in other countries through the mobilization of the diaspora), the *continuity* of protests on the long run and the *transnational* collective action (the mobilization of the diaspora).

For a long time, it has been on a permanent basis on the media agenda, so the dailies had to identify various ways to connect their audiences to an event in the making. Therefore, we consider this event as one of the relevant examples for the analysis of the online press discourse from the perspective of integrating Facebook into the structure of the article.

We have selected several time intervals corresponding to the dynamics of the protests, namely a relevant interval for the protests' peak (January-March 2017), another interval significant for the continuation of the protests after a certain time (October-December 2017) and, finally, a relevant interval for the resuming of protests within another framework of claims (June-August, 2018).

We have identified several types of news articles, depending on (1) how Facebook content has been introduced and (2) prevalent topics and actors. Hence, we have been able to distinguish between articles that reuse full Facebook posts, those that partially cite posts (a certain visual element, a fragment of a post) and those that use only the texts, without any visual elements. We have further categorized these articles, namely: (1) updates based on the events' chronology and on the visibility of the participants in the events; (2) reports of the protests, based on posts by public figures, and (3) reports of the protests based on content retrieved from FB pages of the event.

In the next stage, we have analysed specific discursive features of these articles by using a research tool based on critical discourse analysis (Beciu et al., 2018; Wodak, 2010; Koller, 2009; Fairclough, 2003), to highlight the ways in which integrating Facebook in the format of the articles contributes to the legitimization of actors. The following discursive strategies were taken into consideration:

a. strategies for representing the actors in the article (Wodak, 2010), that is, prevailing ways of acting and being in a field of power relations. At a micro-level, we have examined these strategies by looking at specific discursive and linguistic realizations: referential strategies (modes of designation, forms of membership categorization, inclusion / exclusion); predication strategies (positive / negative attributions);

b. strategies of audience engagement examined through discursive and linguistic realizations which highlight the actors' positioning linked to their responsibilities: enunciation strategies, such as 'interpellation', 'obligation', 'statement', categorical assertions: 'value judgment' or "reported discourse" (in Charaudeau's terms, 1992).

Based on dispositive analysis, we will present a typology of uses of Facebook as a discursive practice in the construction of media discourse and of the journalist's authority, as part of both the cross effects and traces of a specific form of transmediality.

FINDINGS

1. ONLINE MEDIA SHAPING REAL TIME INFORMATION

Facebook was integrated in several ways in articles on the *#rezist* protests: texts posted with pictures (in the form of screenshots), pictures or videos without the corresponding text, full texts of posts or text fragments and, last but not least, as a source citation. The newspaper reuses a variety of Facebook pages in the composition of its news articles: pages of ordinary users, of public persons, of events from the *#rezist* protests. In all cases, the “voice” of the journalist is minimal, the articles including mostly Facebook quotes and, with respect to enunciation, taking the form of “reported discourse” (Charaudeau, 2011), that is, producing an angle of visibility and interpretation through the others’ voices. Thus, a number of implications have emerged regarding the role of the journalist.

A first category of articles shows the protest as a temporal and spatial chronology of events. These articles are aggregated as a set of updates about the number of participants and the dynamics of their action – for example, their movement / location on a particular route, the evolution of the protest practices from one hour to another, slogans, statements of political actors/ participants, calls for mobilization etc. As a characteristic feature, these updates contain excerpts from Facebook pages (*Figure 1*) (most often Facebook pages of the event), minimally modified by the journalist by means of reported discourse, as can be seen in the examples below (no. 1 and no. 2).

- (1) UPDATE 18⁵². About 3,000 protesters gathered in Cluj. People in Cluj will continue the protests on Sunday evening, February 5, starting at 7 pm, as announced by the event created on Facebook. “The meeting place is the same: Unirii Square. (...) Meeting in the Unirii Square, at 19⁰⁰; we sit in the square, we talk with the people around, and in a more organized way we gather at the base of the statue, and at 20⁰⁰ we start a tour of the centre (suggestion: Avram Iancu Square, Mihai Viteazu Square and back to the city centre). It is important to conserve our energy. It could be a long process”, people write on Facebook¹. (*Adevărul*, February 5, 2017)

¹ https://adevarul.ro/locale/cluj-napoca/a-sasea-zi-proteste-cluj-rezist-nu-las-amagit-1_5896f8755ab6550cb8265f6b/index.html, retrieved at October 24, 2019.



UPDATE 19.20 În Piața Victoriei din Timișoara s-au strâns aproximativ 1000 de persoane. Mitingul a început la ora 19,00, mai târziu decât în alte orașe. Lumea continuă să sosească în Piața Victoriei.

Întâlnirea este programată de la 19.00, în fața Operei. Autorizația pentru miting, dată de Primărie, este valabilă până la ora 22.00.

Pe pagina de Facebook al evenimentului s-au arătat interesați de miting în jur de 10.000 de persoane, iar aproximativ 3.200 au spus că „vor participa”.

„Proiectul de modificare al Legilor Justiției a ajuns deja în Parlament și urmează să fie supus dezbaterii și votului în plen.

Figure 1 – Excerpt from Facebook pages integrated in the article.

The image of the journalist who has a full knowledge of the protests' dynamics and connects the public to these dynamics is thus established. However, the journalist's voice is predominantly impersonal (for example: “is shown on the Facebook page of ...”), indicating only the reference to the Facebook source; often, the title of the article is the sole evaluation item.

- (2) UPDATE ⁷³⁰. According to the announcements made on the Facebook page of the event, at 20⁰⁰ on Sunday, in the country as well as in the diaspora, the state anthem will be played in the public squares, and an hour later “each participant in the demonstrations in all the cities of the country and from the diaspora will raise its own light to the sky”². (*Adevărul*, February 5, 2017)

² https://adevarul.ro/news/eveniment/ziua-6-a-In-piata-victoriei-bucuresti-anuntat-astazi-mai-mare-protest-fata-oug-1_5896b6f95ab6550cb824818d/index.html, retrieved at October 24, 2019.

In addition, by incorporating Facebook content in the updated articles, the representations of the *#rezist* protests shaped a particular meaning: (i) a massive collective action (ii) with specific dynamics of mobilization and engagement (new steps or organizational practices, numerous references to the number of participants, the presentation of key moments, and the perspective of the collective and individual actor from the “inside” of the collective action). Hence, the integration of Facebook content assigns a specific discursive function to the updated articles in order to symbolically “confirm” the extent of the protests, placing the public in a specific connectivity regime.

The media discourse equates the protests’ magnitude with their quality, thus producing a positive representation, an indirect way of identifying with the protests’ actors, but without the journalist openly taking responsibility for it. In this case, the collaborative construction of the news is indicated mainly by the fact that the media / the journalist slightly recontextualizes Facebook posts, thus assigning itself / himself / herself the role of a meta-source: that is, a journalist is the one that mediates the diversity of protest events in real time and attests to an unprecedented mobilization.

2. FACEBOOK AS A SOURCE FOR THE MEDIA REPRESENTATION OF SOCIAL ACTORS

Another category of articles that are built with the help of Facebook content are shaped not as updates, but as stories – about the actors participating in the “*#rezist*” protests. In this sense, a series of articles construe the protesters as a collective actor in a field of power, most of the time indirectly, through the selection of Facebook posts, but sometimes explicitly through comments that associate the protests with the action of a collective actor. The articles explicitly incorporating Facebook material show the positioning of the protesters, generally ordinary people whom the newspaper identifies through attributes such as “a family”, “a group of friends”, “a profession”, “a place of residence” (for example, “participants from other cities” etc.), the “belonging to a generation” (“the young people”). In the enunciation strategy, reported discourse is used, this time, to mediate testimonies, confessions, interpellations, calls for mobilization, and the participants’ experiences in the context of the protests.

- (3) “Come on an evening outing in Râmnicu Vâlcea, downtown, next to the Clock...”, The event’s call to action says, on the Facebook page of the event. This evening, protests of Romanians in Zurich, Paris, Berlin, London, Birmingham and Munich are also announced³. (*Adevărul*, November 5, 2017)

³ https://adevarul.ro/locale/ramnicu-valcea/proiectul-modificare-legilor-justitiei-scoate-valceni-stradagubernul-psd-alde-doar-marioneta-1_59fef64d5ab6550cb8d52188/index.html, retrieved at October 24, 2019.

These articles introduce a reflexive distance towards the events in progress (in Bucharest and other cities around the country). The effect of authenticity and connectivity lies precisely in transforming a public and personalized message (specific to social networks) into a journalistic source, and thus, into a media discourse.

Another example is the reuse of protesters' Facebook pages to highlight the solidarity between demonstrators in different parts of the country and the Romanians abroad, and hence, to build the representation of a transnational public engaged from distance, *via* Facebook. The articles were accompanied by photographs of protesters from Bucharest or from other cities, whose calls mobilized their families abroad and posters from Romanians in other countries, showing their solidarity with the people back home, respectively.

This non-conventional dialogue between Romanians in Romania and those abroad, via Facebook content produced during the protests that has been published further by the newspaper, took shape as a form of collective engagement, legitimising a collective responsibility and certain power relations that consecrated a collective figure, defined both in an inclusive way ("we" in the country and outside the country) and in an exclusive way ("we" vs "they"/ the politicians / the government).

Therefore, most of the testimonies retrieved by *Adevărul* from Facebook and used in the news pieces place the authors of the posts in a relation of power towards the governors / decision-makers or those who do not share the same view on the legitimacy of the protests' objectives. Enunciative markers prevail in the construction of these testimonies that indicate power relationships, or negative value-judgements about the "others" and positive judgements about the participants (the exclusive "we"). In this way, based on an accumulation of a particular types of posts, the media is building the discursive representation of a collective actor, acting in a field of power, legitimising some representations of actors and courses of actions (Fairclough and Fairclough, 2012), while delegitimising others.

The same strategy was used when selecting fragments of posts so as to tell the story of anonymous or public persons participating in the protest. A structural feature of these articles consists in dramatizing the agency of the protest participants. The collective actor is built by the media as a social body, starting from the individual stories of the participants.

- (4) The journalist Paula Rusu described the context in which the riot police sprayed tear gas at protesters: "I am shocked by what I have lived. (...) Two other riot policemen throw tear gas grenades at them. People retreat. The scene seems to me so unbelievable that for a moment it doesn't make sense. In 30 seconds, I cannot breathe, I fall on my knees on the pavement along with other people"⁴. (*Adevărul*, August 11, 2018)

⁴ https://adevarul.ro/news/eveniment/marturiiale-oamenilor-media-fost-protest-In-30-secunde-nu-maiputut-respira-cazut-genunchi-caldaram-impreuna-alti-oameni-1_5b6e3e2cdf52022f753f7040/index.html, retrieved at October 24, 2019.

In addition to the individual voices selected through Facebook, the newspaper amalgamated, in the construction of articles, various testimonies and calls for mobilization displayed on a series of collective Facebook pages dedicated to the “#rezist” protests. This practice served to legitimize the protests as an engaged collective actor (who makes claims), and also as an efficient civic actor (the selected posts highlighted the efficient organization of the participants in the protest).

- (5) About 500 parents and children gathered on Saturday in the Victoria Square, in the capital, for the ‘Civic Education Lesson’, as the event is called on the Facebook page where anti-government protests are usually announced⁵. (*Adevărul*, February 18, 2017)

Another way the newspaper represented the protests from the perspective of power relations was by reusing the Facebook posts by political actors, opinion leaders, intellectuals, other journalists, vocal activists from NGO’s, celebrities, various public actors who were in favour or against the protests. The articles were built by monitoring the updating of the Facebook pages of the public actors, reporting on each new post or any bit of information updated on these Facebook pages.

- (6) Mihai Șora posted several entries on his Facebook page about it. His latest message, Thursday afternoon, full of humour and irony (...) ⁶ (*Adevărul*, February 2, 2017)
- (7) UPDATE 18⁴² The philosopher Mihai Șora announced on Friday evening on Facebook that he now has a banner, which has the logo of the book collection “Library for all” and the message “Library for all / Do not publish thieves”⁷. (*Adevărul*, February 3, 2017)
- (8) UPDATE 20²⁰. The philosopher Mihai Șora has posted on Facebook a protest call, the message being distributed by actress Oana Pellea, who expressed her disappointment at the small number of demonstrators⁸. (*Adevărul*, 20 June 2018)

⁵ https://adevarul.ro/news/eveniment/noi-proteste-anuntate-weekend-bucuresti-tara-1_58a7ecb85ab6550cb8942025/index.html, retrieved at October 24, 2019.

⁶ https://adevarul.ro/cultura/carti/filosoful-mihai-Sora-100-ani-participant-proteste-exclusiv-1_589334ba5ab6550cb80c76eb/index.html, retrieved at October 24, 2019.

⁷ https://adevarul.ro/cultura/carti/mihai-Sora-si-a-pregatit-pancarta-miting-biblioteca-toti-nu-publica-hoti-1_5894b06e5ab6550cb816e9ca/index.html, retrieved at October 24, 2019.

⁸ https://adevarul.ro/news/eveniment/protest-anuntat-astazi-fata-parlamentului-sloganul-ultimatum-dragnea-programate-proteste-alte-orase-1_5b29d1d7df52022f75523d11/index.html, retrieved at October 24, 2019.

PSD ARAD
acum aproximativ un an

Bomba ! Banii lui Soros si Fillera #REZIST din audiovizual ? (ep. 1)

Dezvăluiri uluitoare ale jurnaliștilor R.I.S.C.:
Chirilă, un #rezist camuflat în vedetă și „tolerat” de la CME

inlă, dincolo de faptul că abuzii minții sale rămân în ciuda în adăncurile pornirilor sale tizioide, în acest moment face văluiri de senzație. O grupare a jurnaliștilor indepenți care activează în underground-urile internetului și având i care în Facebook, au aflat că așa-zisa vedetă #rezist a Pr direct la CME (compania mamă a trustului ProTV).

cunoscut ca fiind unul dintre cei mai importanți operatori alului și broadcasting-ului din România, contractele colosului postului fiind foarte conținând reguli de-a sarte. Iputat clar în contractul onilor săi faptul că au dreptul să exprime în oducțiilor păreri politice, fiindu-le interzis să la activități cu orice fel de iolitic.

r Chirilă, vedeta de la Vocea României, nu este altceva : al #rezist, mișcare anarhistă, de extremă dreapta, care își area României și atacul direct la ordinea constituțională. kemplu al modului în care #rezist folosește influențeri și asumă în continuare pe Tudor Chirilă ca fiind un vector de pînți” este și cazul Melaniei Medeleanu, care își desfășoar leși cunoscute foarte bine activitatea propagandistică a inst a la Khastalia, o companie unde acționar este nimeni altcine lasază trustul în zona suspiciunilor rezonabile de colaburării mesianice al #rezist, Dacian Cioloș. Care este fillera cu ONG-uri și case de producție prin conturile cărora trec ma oros a transferat în conturile jurnaliștilor și liderilor de opi te de bani pentru a-i folosi drept vuzele în scenariul lovituri de stat din România din ultimii 60 de ani?

tul, în posesia căruia grupul de investigații R.I.S.C. a intrat, d in dubiu acest lucru. Întrebarea legitimă care rezidă după toate acestea, în curând.

uluitoare este dacă CME (decî implicat ProTV) sunt instrur re și instigare folosite de George Soros în scenariul său diabo

Traducere text foto: „Toți trebuie să respecte toate legile privind utilizarea resurselor ca pentru activitățile politice. Cu excepția activităților descrise nu permitem desfășurarea de politice sau activități politice angajați în orice sediu CME sau în cu orice activitate CME. Anga liberi să se angajeze în activități personale de voluntariat și să c cu resurse personale candid partidelor politice, în condițiile este permisă utilizarea resurselor a numelui CME pentru sau în leq activitățile politice personale. politică nu se aplică în cazul activi radiodifuziune desfășurate de legătură cu campaniile sau politice.”

Grupul de investigații

24 82 13

Tudor Chirilă: „Se pare că deranjez destul de tare dacă pesediștii au început să distribuie paginile de fake news cu acoperire de pamflet”

Aactorul și cântărețul Tudor Chirilă, neîlpsit de la protestele de stradă și unul dintre cei mai vocali artiști când vine vorba de evenimentele de pe scena politică, a reacționat cu privire la postarea PSD Arad și menționează că „a început să deranjeze foarte tare dacă pesediștii au început să distribuie cu disperare paginile de fake news cu acoperire de pamflet”.

„Se pare că deranjez destul de tare dacă pesediștii au început să distribuie cu disperare paginile de fake news cu acoperire de pamflet. Sigur, autorii sunt aproape simpatici și poate ar merita un internship la Times New Roman. Trofeul „Noaptea Minții” se acordă în unanimitate pentru fraza „gruparea jurnaliștilor independenți de investigații care lucrează în underground-urile internetului și având conexiuni bine ancorate în Facebook”. P.S. Totuși nu strică să raportăm shocknews.ro, să curățăm un pic „undergroundurile internetului.”, a scris cântărețul.

Tudor Chirilă
acum aproximativ un an

Se pare ca deranjez destul de tare daca pesedistii au inceput sa distribuie cu disperare paginile de fake news cu acoperire de pamflet.

Sigur, autorii sunt aproape simpatici si poate ar merita un internship la Times New Roman.

Trofeul "Noaptea Mintii" se acorda in unanimitate pentru fraza "gruparea jurnalistilor independenti de investigatii care lucreaza in underground-urile

Figure 2 – Excerpts from the Facebook page of the ruling party at that moment (SPD – Social Democratic Party) and from the FB page of one of the active opposition voices within the civil society⁹.

⁹ https://adevarul.ro/entertainment/celebritati/tudor-chirila-atacat-facebook-postari-sponsorizate-filiale-psd-autorii-aproape-simpatici-1_5a64641bd5f2022f75b9a3d8/index.html, retrieved at October 24, 2019.

Besides some enunciative particularities, these news articles differentiate themselves through their graphic format: as a rule, the article begins with a brief introductory statement that mentions the use of Facebook as a source by the journalist (the reported discourse), the statement including sometimes an assessment of the post. An excerpt from a post is then reproduced, being followed by a screenshot from the same post, which visually delimits the testimony of the actor himself / herself, as well as a hierarchy of statements that make up the post. A frequent visual practice is to present a confrontation *via* Facebook between the representatives of the power and the opposition in the form of a screenshot's mixture from everyone's Facebook pages. In the example below (*Figure 2*), the news article brings together excerpts from the Facebook page of the ruling party at that moment (SPD – Social Democratic Party) and from the FB page of one of the active opposition voices within the civil society (actor Tudor Chirilă).

Beyond the function of persuading the audience, this type of visual rhetoric allows the journalists to show how they “organize” the Facebook content as a space for “public connection” (Swart, Peters and Broersma, 2018) in order to build a representation of the protests – a constant confrontation, under different forms, between representatives of power and participants in protests, of different identities and statuses. One of the forms closely watched by the media was that of replies and counter-replies on Facebook between political leaders (power vs. opposition) or between political leaders and representatives of the civil society (intellectuals, influencers, celebrities).

The public was connected in this way to the dynamics of the protests from the perspective of the polemical confrontation between the pros and cons of #rezist on Facebook (the decision-makers' pages / the users' replies, the activists' pages and the users' replies etc.). The newspaper extracted mainly those Facebook fragments containing interpellations – as a discursive strategy of delegitimization – used both by the government voices and the opposition voices.

- (9) Liviu Dragnea [leader of the government party at that moment] has posted the following words next to the picture that mocks one of the most popular slogans of the Victoria Square demonstrators: “feeling amused”. Obviously, replies were quick to come.¹⁰ (*Adevărul*, March 25, 2017)

The articles based upon public actors' posts on Facebook or those using such posts in framing a subject built up the dynamics of the protests in a specific way: they updated the articles following the updates of the public actors' posts. This

¹⁰ https://adevarul.ro/news/eveniment/liviu-dragnea-ironizeaza-protestele-rezist-intr-o-postare-facebook-1_58d6d2335ab6550cb8ac7a0c/index.html, retrieved at October 24, 2019.

mechanism reduced the time span between the moment of protesting, posting and reporting. Thus, the newspaper gave the Facebook pages of public actors the role of a strategic arena, distinct from and, at the same time, connected with the street arena, as an emblematic space of protests.

CONCLUSIONS

This study has highlighted various ways in which the Romanian online newspaper *Adevărul*, which is relevant for including a model of media convergence, integrates Facebook posts in its articles in order to assign meaning to the #rezist protests. As a common feature, we have noticed that extracting content from various Facebook pages indicates a practice of transmedial production (Eder, 2015, p. 75) that reveals a mode of adaptation of the newspaper to the “social media environments” (Bossio, 2017).

First of all, the use of Facebook by the online newspaper contributes to the establishment of a factual, but dramatized reality. Hence, it strengthens a performative media discourse by means of a certain structuring of the article, on the one hand, and by forging certain representations and modes of engagement with the audiences, on the other. As an “enforcement mechanism” (Carlson, 2017, p. 8) of the media discourse, Facebook enables the newspaper to mediate a real time social space of contestation and to legitimize a collective actor acting in a field of power. Actually, by relying on Facebook’s main mode of engagement, the news articles under consideration enact the lived temporality of a collective action characterized by magnitude, simultaneity and continuity. Incorporating Facebook as a discursive practice into the news makes it possible for the media to forge, beyond authenticity and immediacy, the dramatization of agency (narratives, live, testimonials etc.) and to construct the event as a specific digital form of the “witnessable” (Frosh and Pinchevsky, 2011, p. 140). The newspaper stages the visibility of mobilization practices experienced by various protesters, hence the numerous narratives / testimonies / confessions / stories that express “a highly mediated and networked display of affect” (Smit, Heinrich and Broersma, 2018, p. 3129). The result is a meaningful representation of a *collective actor* whose legitimate course of action is *naturalized*, this being the main discursive use of Facebook within the news articles. Thus, the media discourse situates the audience within a *field of power relations* (symbolic boundaries, hierarchy of voices) and of *political and collective responsibility* (interpellative posts, negative-other presentation).

Traditionally, the media (and especially television) places the testimonies of the witnesses in situations usually controlled by the journalist (e.g., the journalist asks the witness for an opinion or a testimony). In the case of the online media, the journalist

selects contents from Facebook pages and profiles, which means that those testimonies and positionings are publicly assumed by the source (the author of the Facebook page) and not produced by the sources upon some journalist's request.

What differs therefore is the status of the witness (source) and the way the testimony is disseminated through the source's public self-display management.

Secondly, the use of Facebook in the newspaper dispositive influences the construction of the journalists' authority and the performance of their critical and deliberative role. This research demonstrates that integrating social networks within the newspapers favours a much more evaluative media discourse, nevertheless not explicitly appropriated by the journalist, but "delegated" to other voices. Actually, we notice the absence of the journalist's voice (sometimes only the titles indicate a media positioning). The "voice" of the journalist results implicitly from the way the newspaper selects, *via* Facebook, the other voices that become visible in the article (through video, pictures, statements etc). Therefore, journalists assert their authoritative status indirectly, through an impersonal way of calling the public to action. They do not express their authority by producing content through commentary, advocacy and deliberative goals, as an expression of one of the main normative roles (see Hanitzsch, 2017), but essentially by discursively shaping a space of connectivity and engagement. Accordingly, the authority of the journalist "is emanating from a mostly monitoring, rather than deliberative or proactive, standpoint" (Papacharissi, 2010, p. 131), but which actually consolidates the control of journalists over the sources and, correspondingly, the enforcement of that power of symbolically constructing reality by legitimising actors and interpretations.

Therefore, these strategies of integration of the social media in the discourse of the mainstream media could be explained as an emerging expression of how media actors (including online newspapers) attempt to position themselves in a new media ecosystem, and correspondingly, as a specific practice of legitimising the *symbolic power* of the journalist and of the media to establish "the truth" (in the sense expressed by Couldry, 2000). The social media disrupt established journalistic practices (production and distribution of information) (Bossio, 2017, p. 134) and, consequently, have an impact upon the power struggles, in what concerns shaping events and engaging audiences. In this respect, we need further cross cultural and comparative research, in order to explore new practices of incorporating social media into media discourse and of informing the journalist's authority in a networked culture of convergence and of high competitiveness. This type of research is all the more important as the integration of social networks in the online press in Romania and in other countries has become a constantly used journalistic practice, with pragmatically varied functions.

REFERENCES

1. Aalberg, T., Van Aelst, P., & Curran, J. (2010). Media Systems and the Political Information Environment: A Cross-National Comparison. *The International Journal of Press/Politics* 15 (3), p. 255–271.
2. Baym, G. (2017). Journalism and the hybrid condition: Long-form television drama at the intersections of news and narrative. *Journalism* 18 (1), p. 11–26.
3. Beciu, C. (2017). La crise des réfugiés comme discours sur l'Europe. Le cas de la presse roumaine ligne. In Răduț-Gaghi, L., Oprea, D.A., Boursier, A. (sous la dir. de), *L'Europe dans les médias en ligne*. L'Harmattan.
4. Beciu, C., Mădroane, I.D., Cărlan, A.I., & Ciocea, M. (2017). Power Relations, Agency and Discourse in Transnational Social Fields. *Critical Discourse Studies* 14 (3), p. 227–235.
5. Beciu, C., Lazăr, M., & Mădroane, I. D. (2018). Mediating Public Issues in Romanian Broadcast Talk: Personalized Communication Strategies. *Television and New Media*, SAGE publications, 19 (1), p. 75–92.
6. Bennett, L.W., Freelon, D.G., Hussain, M.M., et al. (2012). Digital Media and Youth Engagement. In H. A. Semetko, and M. Scammell (Eds.) *The SAGE Handbook of Political Communication* (p. 127–140). London: Sage.
7. Bossio, D. (2017). *Journalism and Social Media. Practitioners, Organisations and Institutions*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
8. Brems, C., Temmerman, M., Graham, T., et al. (2017). Personal Branding on Twitter: How employed and freelance journalists stage themselves on social media. *Digital Journalism* 5 (4), p. 443–459.
9. Broersma, M. (2010). Journalism as Performative Discourse. The Importance of Form and Style in Journalism. In V. Rupar (Ed.) *Journalism and meaning-making: Reading the newspaper* (p. 15–35). Cresskill, N.J.: Hampton Press.
10. Broersma, M., & Graham, T. (2012). Social media as beat: Tweets as news source during the 2010 British and Dutch elections. *Journalism Practice* 6 (3), p. 403–419.
11. Carlson, M. (2017). *Journalistic Authority. Legitimizing News in the Digital Era*. New York: Columbia University Press.
12. Carlson, M., & Lewis, S.C. (2015). *Boundaries of journalism: Professionalism, practices and participation*. New York: Routledge.
13. Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. New York: Oxford University Press.
14. Charaudeau, P. (2005). *Le discours politique: Les masques du pouvoir*. Paris: Vuibert.
15. Charaudeau, P. [2005] (2011). *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. 2nd ed. Bruxelles: De Boeck-Ina.
16. Christians, C.G., Glasser, T.L., McQuail, D., et al. (2009). *Normative Theories of the Media: Journalism in democratic societies*. Urbana/Chicago: University of Illinois Press.
17. Couldry, N. (2000). *The Place of Media Power. Pilgrims and Witnesses of the Media Age*. London: Routledge.
18. Dal Zotto, C. & Lugmayr, A. (2016). Media Convergence as Evolutionary Process. In A. Lugmayr, and C. Dal Zotto (Eds.) *Media Convergence Handbook*, Vol. 2 Firms and User Perspectives (pp. 3–16). Springer.
19. De Beus, J. (2011). Audience Democracy: An Emerging Pattern in Postmodern Political Communication. In K. Brants, and K. Voltmer (Eds.) *Political Communication in Postmodern Democracy. Challenging the Primacy of Politics* (p. 19–38). Basingstroke: Palgrave Macmillan.
20. Deuze, M. (2011). Media life. *Media Culture Society* 33 (1), p.137–148.
21. Eder, J. (2015). Transmediality and the Politics of Adaptation: Concepts, Forms, and Strategies. In D. Hassler-Forest, and P. Nicklas (Eds.) *The politics of adaptation: Media convergence and ideology* (p. 66–81). Basingstoke: Palgrave Macmillan.

22. Fairclough, N. (2003). *Analyzing discourse: Textual analysis for social research*. London: Routledge.
23. Fairclough, I., & Fairclough, N. (2012). *Political Discourse Analysis: A Method for Advanced Students*. London: Routledge.
24. Fenton, N. (2010). Drowning or Waving? New Media, Journalism and Democracy. In N. Fenton (Ed.) *New Media, Old News. Journalism and Democracy in the Digital Age* (p. 3–15). London: Sage.
25. Fowler-Watt, K., & Allan, S. (Eds.) (2013). *Journalism: New challenges*. Centre for Journalism & Communication Research. Bournemouth University.
26. Hanitzsch, T. (2017). Professional Identity and Roles of Journalists. In *Oxford Encyclopedia of Communication*. Oxford: Oxford University Press.
27. Hanusch, F. (2019). Journalistic roles and everyday life: An empirical account of lifestyle journalists' professional views. *Journalism Studies* 20 (2), p. 193–211.
28. Hepp, A. (2010). Researching 'mediatised worlds': Non-media-centric media and communication research as a challenge. In N. Carpentier, I. Tomanic Trivundza, P. Pruulmann-Vengerfeldt, et al. (Eds.) *Media and communication studies intersections and interventions* (p. 37–48). Tartu: Tartu University Press.
29. Hermida, A. (2010). Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism. *Journalism Practice* 4 (3), p. 297–308.
30. Koerber, A., & McMichael, L. (2008). Qualitative Sampling Methods: A Primer for Technical Communicators. *Journal of Business and Technical Communication* 22 (4), p. 454–473.
31. Koller, V. (2009). Analyser une identité collective en discours : acteurs sociaux et contextes. *Semen* 27, p. 69–96.
32. Lagneau, E., Nicey, J., Palmer, M., et al. (2013). La dynamique sociale des sources et flux des nouvelles. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* 2(1). Retrieved at January 20, 2021 from <https://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/67/172> (accessed 12 June 2019).
33. Lochard, G. (2006). *Les débats publics dans les télévisions européennes*. Paris: L'Harmattan.
34. Mădroane, I.D. (2018). Migrant identities and practices in media advocacy campaigns. The construction of claims and audiences. In C. Beciu, M. Ciocea, I.D. Mădroane, and A.I. Cărlan (Eds.) *Debating Migration as a Public Problem. National Publics and Transnational Fields* (p. 175–198). Peter Lang.
35. Mercier, A. (2018). Fake news et post-vérité: tous une part de responsabilité !. In E-book *Fake news et post-vérité : 20 textes pour comprendre la menace. The Conversation France*. Retrieved February 18, 2021 from https://cdn.theconversation.com/static_files/files/160/The_Conversation_ebook_fake_news_DEF.pdf?1528388210.
36. Molyneux, L., & Mourão, R. R. (2017). Political Journalists' Normalization of Twitter: Interaction and new affordances. *Journalism Studies* 20 (2), p. 248–266.
37. Molyneux, L., Lewis, S.C., & Holton, A.E. (2019). Media work, identity, and the motivations that shape branding practices among journalists: An explanatory framework. *New Media & Society* 21 (4), p. 836–855.
38. Meraz, S. (2013). Media Agenda Setting in a Competitive and Hostile Environment. In T.J. Johnson (Ed.) *Agenda Setting in a 2.0 World. New Agendas in Communication* (p. 1–27). New York: Routledge.
39. Pantti, M. (2010). The value of emotion: An examination of television journalists' notions on emotionality. *European Journal of Communication* 25 (2), p. 168–181.
40. Pappacharissi, Z. (2010). *A Private Sphere. Democracy in a Digital Age*. Cambridge: Polity Press.
41. Paulussen, S., & Harder, R.A. (2014). Social Media References in Newspapers. *Journalism Practice* 8 (5), p. 542–551.
42. Ruotsalainen, J., & Villi, M. (2018). Hybrid Engagement: Discourses and Scenarios of Entrepreneurial Journalism. *Media and Communication* 6 (4), p. 79–90.

43. Smit, R., Heinrich, A., & Broersma, M. (2018). Activating the past in the Ferguson protests: Memory work, digital activism and the politics of platforms. *New Media & Society* 20 (9), p. 3119–3139.
4. Stamper, J., & Brants, K. (2011). A Changing Culture of Political Television Journalism. In K. Brants, and K. Voltmer (Eds.) *Political Communication in Postmodern Democracy: Challenging the Primacy of Politics* (p. 111–125). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
45. Swart, J., Peters, C., & Broersma, M. (2018). Shedding light on the dark social: The connective role of news and journalism in social media communities. *New Media & Society* 20 (11), p. 4329–4345.
46. Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., et al. (2017). Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy?. *Annals of the International Communication Association* 41 (1), p. 3–27.
47. Vis, F. (2013). Twitter as a reporting tool for breaking news. *Digital Journalism* 1 (1), p. 27–47.
48. Vos, TP., & Thomas, R.J. (2018). The discursive construction of journalistic authority in a post-truth age. *Journalism Studies* 19 (13), 2001–2010.9. Wahl-Jorgensen, K. (2015). Resisting epistemologies of user-generated content? Cooptation, segregation and the boundaries of journalism. In M. Carlson, and S. C. Lewis (Eds.) *Boundaries of Journalism. Professionalism, Practices and Participation* (pp. 169–185). London and New York: Routledge.
50. Welbers, K., & Opgenhaffen, M. (2018). Social media gatekeeping: An analysis of the gatekeeping influence of newspapers' public Facebook pages. *New Media & Society* 20 (12), p. 4728–4747.
51. Witschge, T., Anderson, C. W., Domingo, D., et al. (2019). Dealing with the mess (we made): Unraveling hybridity, normativity, and complexity in journalism studies. *Journalism* 20 (5), p. 651–659.
52. Williams, M. (2009). Rewiring Media History: Intermedial Borders. In J. Staiger, and S. Hake (Eds.) *Convergence Media History* (p. 46–56). New York: Routledge.
53. Wodak, R. (2010). 'Us' and 'Them': Inclusion and Exclusion – Discrimination via Discourse. In G. Delanty, R. Wodak, and R. P. Jones (Eds.) *Identity, Belonging and Migration* (p. 54–77). Liverpool: Liverpool University Press.

ECHILIBRUL MUNCĂ-VIAȚĂ PERSONALĂ ÎN PERIOADA PANDEMIEI.
O COMPARAȚIE ÎNTRE SECTOARELE IT ȘI PUBLICITATE

CRISTINA LEOVARIDIS*,
ELENA-GABRIELA PĂUN**

ABSTRACT

**WORK-LIFE BALANCE DURING THE PANDEMIC.
A COMPARISON BETWEEN THE IT AND ADVERTISING FIELD**

This paper aims to identify the main features of the work life-balance during the pandemic, comparing between two sectors of the creative industries in Romania, IT and advertising. After a theoretical presentation of the work-life balance, accompanied by an analysis of statistical data on the situation of teleworking, nationally and in Europe, the paper focuses on an applied approach, based on a qualitative research conducted through interviews with employees and managers in the two economic sectors.

Keywords: pandemic, advertising, IT, work-life balance.

INTRODUCERE

Obținerea echilibrului viață privată-viață profesională este benefică, atât pentru sănătatea și starea de bine a oamenilor văzuți ca angajați, cât și pentru performanța organizațională (îmbunătățirea ratei de retenție a angajaților, creșterea productivității, diminuarea absenteismului). Responsabilitatea obținerii acestui echilibru nu ar trebui să cadă în totalitate pe umerii individului, întrucât există o serie de factori sociali și structurali care împiedică atingerea lui. Echilibrul muncă-familie poate fi definit ca „satisfacerea așteptărilor de rol care sunt negociate și împărțite de un individ și partenerii săi de rol în sfera muncii și a familiei” (Grzywacz, Carlson, 2007, p. 485), trecând de la perspectiva în care viața

*Associate Professor PhD, Faculty of Communication and Public Relations, National University of Political Studies and Public Administration, Bucharest, e-mail: cristina.leovaridis@comunicare.ro.

** Elena-Gabriela Păun, M.A., Faculty of Communication and Public Relations, National University of Political Studies and Public Administration, Bucharest, e-mail: paun.gabrielaelena@gmail.com.



profesională și cea personală erau privite ca două domenii distincte, la cea în care cele două sunt în strânsă legătură și contribuie într-o mică sau mai mare măsură la calitatea vieții oamenilor.

În contextul social generat de pandemia de Covid, mulți angajați s-au simțit anxioși, singuri sau au avut sentimente de depresie, fiind copleșiți de situație și de volumul de muncă. Utilizarea tehnologiei de comunicare (sms, laptop, e-mail, telefon) pentru rezolvarea unor sarcini de la locul de muncă după încheierea programului de lucru propriu-zis este corelată negativ cu echilibrul muncă-viață. Pentru angajat, utilizarea tehnologiei de comunicare în scopuri de serviciu în afara programului poate duce la frustrare și *burnout* și la conflict între muncă și viața personală, prin reducerea timpului petrecut cu partenerul de viață, familia sau cu prietenii (Boswell, Olson-Buchanan, 2007, pp. 603–604).

RAPORTUL MUNCĂ-VIAȚĂ PRIVATĂ: O PERSPECTIVĂ TEORETICĂ

Maribeth C. Clarke (2004, p. 121) definește echilibrul muncă-familie ca „satisfacție și bună funcționare atât la muncă, cât și acasă, păstrând conflictul de rol la minimum”, iar Patricia Voydanoff conceptualizează echilibrul muncă-viață privată ca „o evaluare generală care indică faptul că resursele legate de muncă îndeplinesc cererile familiei, iar resursele familiei îndeplinesc cererile legate de muncă, astfel încât participarea este eficientă în ambele domenii” (2005, p. 825). Echilibrul dintre viața privată și viața personală diferă de la o persoană la alta, pentru că fiecare individ se raportează diferit la acest concept și el poate varia în funcție de caracteristicile individuale, familiale, organizaționale și de societatea din care face parte, însă, pe scurt, putem spune că se referă la îmbinarea muncii și a vieții personale astfel încât ambele să fie considerate satisfăcătoare.

Conflictul între muncă și familie apare atunci când participarea la activitățile de muncă interferează cu participarea la activități de familie sau când stresul de la locul de muncă are efecte negative asupra vieții de familie. Obținerea echilibrului dintre rolurile asociate familiei și cele asociate muncii este importantă, deoarece cele două sunt corelate pozitiv cu bunăstarea psihologică, stima de sine ridicată, satisfacția individului și sentimentul general de armonie. Sursele de conflict pot fi dinspre locul de muncă (ambiguitatea de roluri la locul de muncă, supraîncărcarea, dificultăți de management al carierei); din perspectiva convingerilor și aspirațiilor personale (workahoolism-ul și / sau perfecțiunea în muncă, probleme de sănătate emoțională); sau dinspre familie (necesități privind asigurarea de resurse financiare sau materiale, menținerea și susținerea relațiilor interpersonale, implicarea în creșterea și educarea copiilor, probleme de sănătate ale unui membru al familiei (Petrovai, 2006, pp. 6–7). Consecințe ale conflictului între muncă și viața de familie asupra angajaților pot fi: nivel crescut de stres, probleme de sănătate fizică și emoțională (depresie, anxietate), comportamente de risc (consum de alcool),

stres marital crescut, probleme comportamentale și emoționale ale copiilor angajatului, satisfacție scăzută în muncă, satisfacție scăzută în carieră și performanțe scăzute în muncă. Efectele negative asupra companiei pot fi: fidelitate scăzută față de companie, creșterea interesului pentru schimbarea locului de muncă ca „metodă” de rezolvare a conflictelor, creșterea fluctuației de personal, absenteism și costuri ridicate generate de problemele de sănătate ale angajaților/concedii medicale (Petrovai, 2006, pp. 7–8, 12).

Există însă și anumite caracteristici ale unui loc de muncă ce pot fi asociate cu bunăstarea angajaților. Participarea în multiple roluri poate oferi un număr mai mare de oportunități și resurse pentru individ, de care se poate folosi pentru a se dezvolta în plan personal, dar și pentru a se descurca mai bine cu situațiile pe care le întâmpină în viața de familie și în diferite alte domenii. De exemplu, sprijinul soțului / soției sau calitatea vieții conjugale constituie un tampon important pentru stresul provocat de locul de muncă, în special pentru bărbați. A avea un partener care oferă susținere creează oportunitatea de a vorbi despre dificultățile de la locul de muncă, aspect ce îi poate ajuta pe indivizi să se recupereze după zilele stresante și să se descurce mai bine cu presiunile asociate locului de muncă și, în consecință, să aibă performanțe mai bune. Angajatele căsătorite, cu copii, au o bunăstare fizică și psihologică mai bună, spre deosebire de mamele căsătorite șomere. Prin urmare, în ciuda unui accent aproape exclusiv asupra conflictelor, cercetări conexe sugerează că viața profesională poate fi influențată pozitiv de o viață de familie satisfăcătoare (de exemplu, prin gestionarea și reducerea stresului) și că viața de familie poate beneficia de satisfacția obținută în viața profesională (de exemplu, printr-o mai bună bunăstare personală) (Grzywacz, Marks, 2000, p. 112).

Factorii care influențează echilibrul muncă-viață personală țin de caracteristicile personale și prioritățile individului, de organizație, de statutul său social, dar și de atitudinea și comportamentul persoanelor din cercul intim al angajatului (rude, prieteni); sprijinul din partea celor din jur reprezintă un factor esențial pentru atingerea echilibrului muncă-viață privată: angajații care se simt susținuți de colegi, manageri și de organizație au un grad mai mare de satisfacție, în ciuda supraîncărcării cu sarcini. Un factor important pentru obținerea echilibrului dintre muncă și viața personală este sprijinul oferit de stat sub forma acțiunilor de reconciliere a muncii cu familia, precum concediile parentale extinse și flexibile sau alte măsuri de susținere a familiei (Lunau *et al.*, 2014, pp. 422–427).

Diferitele ipoteze de cercetare din literatura de specialitate bazate pe diferența de gen au pornit de la presupuziția generală că „femeile experimentează mai mult dezechilibrul muncă-viață decât bărbații” (Parker, 2008, p. 8). Studiile mai arată și faptul că atât bărbații, cât și femeile se percep afectați de elemente care țin de echilibrul muncă-viață (Parasuraman, Simmers, 2001, pp. 551–568), precum reducerea timpului petrecut cu familia, scăderea calității timpului petrecut cu familia, lipsa timpului pentru relaxare (Doble, Supriya, 2010, pp. 331–342). Femeile, mai mult decât bărbații însă, primesc uneori sprijin exterior, din partea

familiei, a prietenilor, a partenerilor, a vecinilor, a familiei pentru a face față rolurilor asociate muncii și familiei, în special îngrijirii celor mici. Și generația de apartenență influențează atât modul de raportare a indivizilor la muncă, cât și viziunea acestora asupra echilibrului muncă-viață personală. Cei din generația Baby Boom (născuți între 1946 și 1964) experimentează mai puternic dezechilibrul muncă-viață personală decât cei din Generația X (născuți între 1965 și 1980) sau Millenials (născuți între 1981 și 1999). Pierderea rolurilor tradiționale de gen, precum și schimbările economice și sociale sunt motivele pentru care gestionarea echilibrului dintre viața profesională și cea personală este mai dificilă (Parker, 2008, p. 29).

Performanța în muncă este influențată de starea emoțională și nivelul de stres al angajatului, ceea ce a făcut ca organizațiile să se adapteze nevoilor angajaților, oferindu-le programe de sprijin. Cele mai frecvente măsuri se referă la serviciile de asistență și training pentru angajați, dar mai ales la programe flexibile de lucru precum: timp parțial de muncă; muncă de acasă (pentru un astfel de program optează angajații cu copii mici sau cei cu responsabilități ce pot fi realizate și în afara locului de muncă); job-sharing (împărțirea între colegi a responsabilităților aceleiași sarcini de muncă); program flexibil de muncă (angajatul decide împreună cu angajatorul programul și condițiile de muncă); „V-time” sau timp voluntar de pauză – este o opțiune a angajatului de a-și lua o perioadă de pauză, în funcție de diverse momente din viața lui de familie. Aceste politici de echilibrare a vieții profesionale și personale au ca beneficii pentru angajați: o calitate mai bună a vieții; progrese în carieră și o mai mare satisfacție în muncă; o mai bună stare de sănătate fizică și mentală; venituri mai mari și beneficii asociate acestora; mai mult timp pentru propria persoană. Aceste politici au la rândul lor beneficii pentru organizație: creșterea productivității; îmbunătățirea imaginii companiei / corporației; o mai bună recrutare a angajaților; reducerea absenteismului; costuri scăzute ale organizației generate de problemele de sănătate ale angajaților; clienți mai mulțumiți; creșterea implicării și fidelității angajaților față de companie (Petrovai, 2006, pp. 8–9).

PERSPECTIVE ASUPRA LUCRULUI DE ACASĂ ÎN PERIOADA DE PANDEMIE

Schimbarea vieții sociale și a modului de lucru, mutarea în online a muncii în anumite sectoare de activitate, ca urmare a pandemiei de coronavirus, au dus la utilizarea tot mai crescută de programe de videoconferințe. La sfârșitul anului 2019, înainte că virusul să se răspândească, aproape 10 milioane de oameni participaseră la ședințe și conferințe pe Zoom; până în aprilie 2020, utilizarea acestei platforme a explodat, ajungând la 300 milioane de persoane. Tehnologiile digitale, cum este Zoom, au făcut posibilă continuarea unor afaceri pe timpul carantinei, permițând oamenilor să-și mute viața online, menținând în același timp

distanța fizică, pentru a opri răspândirea virusului. Dar adoptarea unei noi tehnologii aduce și provocări și dificultăți. În afară de defecțiunile tehnice și de rețelele care se luptă să gestioneze traficul crescut, angajații se confruntă cu un nou fenomen: oboseala, anxietatea sau îngrijorarea rezultate din utilizarea excesivă a platformelor de videoconferință virtuală – pe care cercetătorii și jurnaliștii au început să o numească „oboseala Zoom-ului” (Wiederhold, 2020, pp. 437–438).

Raportul *Living, working and COVID-19*, realizat de către Eurofound, prezintă schimbările pe care le-a provocat criza COVID-19 la nivel european: peste trei sferturi din angajații participanți la sondajul realizat online ar prefera să lucreze ocazional de acasă, dacă nu ar exista restricțiile COVID-19; ei ar dori să alterneze lucrul de acasă cu cel fizic, la locul de muncă; respondenții care au lucrat mai des de acasă în timpul pandemiei au recunoscut că au lucrat și în timpul lor liber, mai ales dacă în gospodărie existau copii (Eurofound, 2020, p. 3).

În timpul lockdown-ului, majoritatea organizațiilor funcționau în „mod de criză”, iar acest lucru s-a reflectat în tipul de muncă necesar: cantități mari de muncă de coordonare (adesea stresantă) care implicau o nevoie mai mare de întâlniri (*online*), ducând deseori la ceea ce a fost numit „tehnostress” sau „oboseala Zoom-ului”. În consecință, mulți angajați cred acum că munca online înseamnă mai mult timp petrecut în ședințe decât înainte de restricții (Richter, 2020).

În ceea ce privește raportul viață profesională-viață personală, respondenții cu copii s-au confruntat cu cele mai mari provocări, legate de gestionarea sarcinilor de la muncă și de acasă. Principalele diferențe între cei cu și cei fără copii mici sunt legate de nivelul de concentrare și flexibilitatea timpilor de muncă și familie. În luna iulie 2020, 34 % din respondenții cu copii sub 12 ani simțeau că slujba îi împiedică să acorde timp familiei, comparativ cu 16 % dintre respondenți care nu au copii sub 17 ani și 21 % dintre respondenți care au copii cu vârste cuprinse între 12 și 17 ani. Femeile au raportat mai mari dificultăți în a gestiona munca și viața privată decât bărbații, mai ales că se simțeau prea obosite după muncă pentru a mai face treabă în casă, 24 % dintre femei resimțind acest lucru, comparativ cu 20 % dintre bărbați. Cu trecerea timpului, aceste procente au crescut la 31 % pentru femei și 26 % pentru bărbați – și nu au scăzut pe parcursul anului 2020. În același timp, respondenții cu copii care au lucrat numai de acasă în timpul crizei COVID-19 au raportat un grad mai mare de dezechilibru între muncă și viața privată, deoarece le-a fost greu să se concentreze la locul de muncă din cauza familiei (familia îi împiedica să acorde timp lucrului), iar tinerii și cei de vârstă medie au experimentat mai mult singurătatea, tensiunea și depresia, comparativ cu cei de peste 50 de ani (Eurofound, 2020, pp. 22–30).

Noua autonomie câștigată prin digital a creat probleme multor angajați, care au simțit că trebuie să justifice mai des cum își petrec zilele de lucru. În lockdown, deoarece nu mai erau la fel de vizibili, angajații au căutat modalități de a demonstra că muncesc și sunt disponibili. S-ar putea presupune că aceștia au fost nevoiți să devină mai accesibili și mai receptivi decât înainte de a trece la munca online,

poate lucrând mai multe ore și răspunzând mai rapid la e-mail-uri. Angajații au petrecut mai mult timp online, dovedind că sunt *acolo*, ceea ce a făcut să fie mai dificil să facă față nevoilor lor individuale. Competențele digitale au crescut, iar angajații au devenit adepții utilizării instrumentelor digitale de lucru și în afara timpului dedicat muncii, fapt ce a adus noi obiceiuri în viața lor, cum ar fi *ceaiurile virtuale de dimineață* sau *zoom după muncă* (Richter, 2020).

Conform unui studiu realizat de EY România (2021), în prezent angajații români doresc un program de lucru mai flexibil, iar instabilitatea pieței muncii îi determină să nu își schimbe angajatorul: 53 % din respondenți își doresc un program mai flexibil; 46 % consideră că instabilitatea pieței muncii îi determină să nu renunțe la actualul angajator; 62 % cred că pandemia va avea un impact pe termen lung asupra pieței muncii din România. Aproape jumătate dintre respondenți (44 %) consideră că gestionarea aspectelor financiare și a strategiilor de orientare profesională nu a fost adaptată contextului actual.

Pandemia a schimbat și modul în care angajații se raportează la sprijinul oferit de angajator, la programul și modul de muncă: în contextul telemuncii, peste 50 % dintre respondenți și-au dorit că angajatorul să le pună la dispoziție resursele necesare pentru telemuncă (echipamente IT, mobilier etc.), iar 45 % consideră necesară dezvoltarea de programe de sprijin pentru sănătatea fizică și mentală a angajaților, în timp ce 20 % dintre respondenți își doresc să primească un sprijin financiar suplimentar din partea angajatorilor (EY, 2021).

Conform unui studiu realizat de Reveal Marketing Research, 79 % dintre români consideră că sunt la fel de eficienți sau mai eficienți în condiții de telemuncă decât atunci când lucrau de la birou, iar 44 % dintre respondenți au declarat că muncesc mai multe ore zilnic (Buciu, 2020).

Referitor la îngrijorările angajaților, între 50 și 70 % dintre respondenți au menționat că își fac griji pentru: situația financiară personală, instabilitatea locului de muncă, sănătatea lor, situația celor dragi, evoluția economiei țării. De asemenea, un sfert dintre români simt că nu au intimitate atunci când lucrează, iar 26 % dintre ei spun că starea lor emoțională s-a înrăutățit (EY, 2021).

Însă pandemia a adus totuși și o serie de beneficii în ceea ce privește munca de acasă, 48 % dintre angajați apreciază faptul că nu mai petrec timp în trafic, 45 % dintre ei se bucură de programul de lucru mai flexibil, iar 42 % indică drept avantaj major faptul că pot petrece mai mult timp cu familia (Buciu, 2020).

În ceea ce privește perspectivele de viitor asupra muncii, conform raportului EY, „53 % din respondenți afirmă că accentul trebuie să fie pus de angajatori pe flexibilitatea programului de lucru, nu neapărat pe prezența la locul de muncă / telemuncă; 30 % dintre respondenți consideră că telemunca ar trebui să reprezinte jumătate din timpul lucrat, în timp ce doar 5 % vor să se întoarcă la vechiul program de lucru. În ceea ce privește opiniile cu privire la prezența fizică la locul de muncă după încheierea pandemiei, 52 % dintre respondenți consideră că proporția de telemuncă va crește, în timp ce 31 % dintre angajați cred că vor fi

prezenți la locul de muncă într-o proporție mai mare după încheierea pandemiei” (EY, 2021).

Un studiu realizat la nivel global, care a vizat analiza sentimentelor și emoțiilor oamenilor în mediul online față de conceptul de muncă de acasă în timpul COVID-19, a arătat că mai mult de 73 % dintre respondenți au avut un sentiment pozitiv față de munca de acasă, în timp ce aproape 27 % dintre ei au avut un sentiment negativ față de experiența muncii de la domiciliu (*work from home*). Mai mult de 60 % dintre oamenii care au postat pe Twitter au scris texte ce puteau fi asociate cu emoții precum încredere, anticipare și bucurie referitoare la trecerea la *work from home*, în timp ce câțiva au postat pe Twitter mesaje ce puteau fi asociate cu emoții precum teamă, tristețe, furie și dezgust (Dubey, Tripathi, 2020). Din rezultatele obținute, se poate concluziona că experiența de lucru la domiciliu a fost percepută pozitiv la nivel mondial.

Conform specialiștilor în resurse umane, angajatorii vor încuraja un sistem hibrid de lucru, adică alternarea muncii de la birou cu cea de acasă sau 100 % de la distanță – și astfel vor putea să reducă costurile și vor crește beneficiile viitorilor angajați. Adoptarea unei astfel de strategii ajută angajatorii să crească eficiența, productivitatea și satisfacția profesională a angajaților, motivându-i, oferindu-le încredere și autonomia de care au nevoie, diminuând astfel stresul la care sunt expuși. Pandemia a avut un impact major asupra pieței forței de muncă și a obligat angajatorii să își regândească procesele de recrutare și selecție. Datorită faptului că activitatea s-a mutat brusc în mediul online, a crescut importanța abilităților *soft*, precum: creativitate, empatie, inteligența emoțională, managementul stresului (Hipo.ro, 2021).

Într-un alt studiu, de data aceasta referitor la piața muncii, EY constată impactul puternic pe care îl are pandemia asupra activității angajaților și a angajatorilor: 60 % dintre angajatori consideră că afacerea lor se află într-o „mare dificultate”, iar 54 % dintre angajați se declară foarte afectați de schimbările din această perioadă. În plus, 59 % dintre salariați cred că organizațiile pentru care muncesc nu sunt încă pregătite să se adapteze la cerințele și comportamentele clienților post-pandemie. Studiul mai arată că 38 % dintre angajați își doresc o creștere a salariului sau o îmbunătățire a planurilor de recompensare prin bonusuri, pentru toate eforturile depuse de la declanșarea crizei sanitare; 47 % dintre angajați spun că le-a crescut productivitatea în această perioadă, iar cea mai mare creștere a eficienței a fost menționată de către generațiile Y și Z; peste 77 % dintre organizații însă se așteaptă la scăderi semnificative ale costului cu forța de muncă și nu consideră necesare bonusurile sau creșterea salariilor (studiul Ernst&Young România, 2020).

Conform studiului *Working in times of Corona*, derulat în vara 2021 de Uniunea Agențiilor de Publicitate din România (UAPR, 2021) pe circa 600 de angajați din industria de publicitate din România, pentru 68 % din angajații din acest sector a fost dificil să separe activitatea profesională de viața personală și să

se detașeze de serviciu în afara orelor obișnuite de program; ca număr de ore de lucru pe săptămână, aproape jumătate (48 %) au lucrat puțin mai mult (cu 10 % mai multe ore pe săptămână), o cincime (21 %) au lucrat cu mult mai mult (cu 25 % mai multe ore pe săptămână), circa o treime (27 %) au muncit cam la fel, și foarte puțini au lucrat mai puțin decât înainte de pandemie. Principalele îngrijorări ale publicitarilor în timpul pandemiei au fost: dificultatea de a separa viața profesională de cea privată (62 %), teama de Coronavirus în general (60 %), supraîncărcarea cu activități (57 %), interacțiunea mai slabă cu colegii (49 %), îngrijorări despre o posibilă scădere a performanței profesionale (23 %). În ciuda acestor îngrijorări și eforturi, performanțele și comunicarea angajaților au fost chiar peste nivelurile așteptate: circa trei sferturi (74,9 %) din respondenți consideră că e la fel de ușor sau chiar mai ușor să performeze la standarde înalte calitativ; peste jumătate (57 %) consideră comunicarea cu colegii la fel sau chiar mai ușor de realizat ca în condiții normale.

**CERCETARE DE TEREN PRIN INTERVIU ASUPRA RAPORTULUI VIAȚĂ
PROFESIONALĂ – VIAȚĂ PERSONALĂ ÎN PERIOADA PANDEMIEI PENTRU
ANGAJAȚII DIN DOMENIILE IT ȘI PUBLICITATE**

METODOLOGIA CERCETĂRII

Cercetarea de față are ca obiectiv general înțelegerea raportului dintre viața profesională – viața personală în perioada pandemiei, în organizații din IT și publicitate.

Pornind de la încadrarea teoretică a subiectului, obiectivele specifice ale acestei cercetări sunt: **1.** cunoașterea modului în care angajații au lucrat în perioada pandemiei și a modului în care au gestionat raportul dintre viața privată și viața profesională; **2.** pentru cei care au lucrat și de acasă, cunoașterea efectului muncii de acasă asupra angajaților în perioada pandemiei (inclusiv a emoțiilor și sentimentelor resimțite de către angajați lucrând de acasă); **3.** identificarea propunerilor / sugestiilor făcute de angajați pentru îmbunătățirea echilibrului muncă-viață privată pe perioada lucrului de acasă; **4.** identificarea măsurilor luate de manageri pentru îmbunătățirea echilibrului muncă-viață privată pe perioada lucrului de acasă, atât pentru ei, cât și pentru angajații lor.

Tehnica aleasă pentru a realiza cercetarea calitativă propusă este cea a interviului. Interviul, în cazul cercetării noastre, este semistructurat, în sensul că abordează teme și ipoteze dinainte stabilite. Această tehnică „impune centrarea convorbirii pe o experiență comună tuturor subiecților”, iar cercetătorul elaborează un ghid de interviu „în care sunt fixate problemele ce vor fi abordate în convorbirea focalizată pe experiența subiectivă a implicării în situația analizată” (Chelcea, 2001, p. 277).

Cele două grupe de subiecți pentru cercetarea de față sunt: angajați și angajatori / manageri din domeniul publicității și domeniile conexe (marketing, branding, organizare de evenimente, comunicare) și angajați și manageri din domeniul IT. Ghidul de interviu semistrukturat a fost aplicat online, pe Zoom, în perioada 10 mai 2021 – 31 mai 2021, iar durata conversației a fost de aproximativ 40–45 de minute cu fiecare subiect. Au fost realizate în total 30 de interviuri: pentru fiecare dintre cele două domenii de activitate am realizat în mod egal câte zece interviuri cu angajați și câte cinci cu manageri.

Profesiile angajaților respondenți din publicitate sunt: Art Director, Copywriter Digital / Social Media Manager, Copywriter și Content Writer, Senior Proposal Manager, Specialist Marketing, Brand Manager, Internal Sales Specialist și Wedding Planner, Consilier Marketing, Junior Art director; iar ale celor din IT: Support engineer pentru platformele IT, software engineer, product & project manager în IT, IT Security Advisor, Software Test Engineer, programator.

Funcțiile respondenților cu funcții de conducere sunt: CEO agenție de digital, Content Manager, Product Manager, CEO platforma online, Project Manager, director vânzări IT, Product Marketing Manager, Marketing Manager, CFO marketing.

REZULTATELE CERCETĂRII ACTIVITATEA PROFESIONALĂ ÎN PERIOADA PANDEMIEI

La întrebarea „Cum v-ați adaptat la contextul social actual și ce vă lipsește cel mai mult?”, angajații au răspuns că în contextul pandemic nu au avut probleme cu trecerea de la o viață normală la una cu restricții și s-au adaptat ușor situației, însă majoritatea respondenților, atât din IT, cât și din publicitate, au resimțit singurătatea și izolarea, menționând că le-a lipsit cel mai mult interacțiunea cu oamenii, ieșirile cu prietenii și evenimentele. Deși s-au adaptat destul de ușor la context, toți au resimțit efectele pandemiei prin prisma restricțiilor de călătorie, a numărului de persoane cu care se puteau vedea, fiind nevoiți să dezvolte obiceiuri noi, precum programarea ieșirilor, a cumpărăturilor într-un anumit interval orar, folosirea rezervărilor și a testelor PCR pentru călătorii: „M-am adaptat destul de bine, sunt productiv de acasă și lucrurile funcționează. Îmi lipsește totuși interacțiunea umană, care e mult mai scăzută acum. Atât la birou, cât și cu prietenii. Acum trebuie să programezi ieșirile, să ții cont de orele legale, să faci rezervări etc.” (M.G.); „Îmi lipsesc enorm concertele, festivalurile, mersul la cinema, teatru și mersul pe stradă fără mască” (A.T.). Am întâlnit și două opinii diferite de cele de mai sus, din partea a două persoane care lucrează în IT, care au susținut că a fost o perioadă excelentă pentru ele și s-au bucurat de timpul petrecut cu familia și cu propria persoană: „Mie mi-a prins foarte bine. Am întărit relația cu familia, am reușit să fac multe lucruri prin casă care erau amânate de ceva vreme” (R.T); „A fost o binecuvântare pentru mine, în sfârșit am avut timp pentru mine. Nu îmi lipsește nimic” (A.C).

La aceeași întrebare, managerii au răspuns că, în contextul pandemic, au avut probleme cu trecerea de la o viață normală la una cu restricții, și s-au adaptat greu situației; majoritatea respondenților, atât din IT, cât și din publicitate, au resimțit singurătatea și izolarea, menționând că le-a lipsit interacțiunea cu oamenii, ieșirile cu prietenii, ieșirile la restaurant, călătoriile și libertatea de mișcare și i-a epuizat supunerea la restricțiile de deplasare, deși s-au adaptat destul de ușor muncii la distanță: „Doamne! Îmi lipsesc atât de tare petrecerile, ieșirile în oraș care începeau vineri seara și care se terminau dimineața a doua zi. Îmi lipsește rău de tot interacțiunea cu alți oameni de la un *workshop* fizic. Îmi lipsesc piesele de teatru și spectacolele în general”. (A.O); „M-am adaptat atât eu, cât și colegii mei la lucrul de acasă / remote. Cel mai mult îmi lipsește interacțiunea socială, evenimentele, mersul la restaurant” (C.G.).

La întrebarea „Cum vi se pare ideea *de work from home*?”, majoritatea angajaților din publicitate au afirmat că era o necesitate de dinainte de pandemie, că este mult mai plăcut și comod să lucrezi de acasă, fiind un mediu de lucru mai puțin stresant, au mai menționat că aveau nevoie de un program flexibil care să le permită să se ocupe și de ei și să le ofere posibilitatea de a se bucura de puțin timp liber: „Mi se pare o necesitate în contextul pandemiei, deci bună” (M.G.); „Mi s-a părut ok pentru că am reușit să am grijă mai mult de casă, de mine și să gătesc” (A.T.); „Nu m-aș mai întoarce la birou” (R.T.). Au existat și două excepții, subiecți care au menționat și dezavantajele lucrului de acasă, și anume că s-au confruntat cu stări de anxietate și cu faptul că lucrul de acasă te obligă să stai foarte mult conectat online: „Plăcută din punct de vedere al timpului, incomodă din cauza faptului că trebuie să stai mereu cu ochii în laptop și cu mâna pe telefon” (D.C.).

Angajații din IT erau deja familiarizați cu acest sistem de lucru, menționând că apreciază cel mai mult flexibilitatea, le place faptul că nu sunt nevoiți să se deplaseze la birou și că nu sunt nevoiți să respecte regulile organizației, făcând referire la *dresscode* (codul vestimentar), de asemenea, menționează și beneficiile angajatorilor care implementează acest sistem de lucru, fiind mult mai ieftin pentru aceștia să își desfășoare activitatea astfel: „Angajații primesc acel confort de a lucra într-un mediu familiar, primitor, în care nu sunt constrânși de reguli sociale sau reguli specifice locului de muncă (spre exemplu, reguli ce țin de vestimentație). Angajatorii salvează sume semnificative de bani în sensul în care nu mai plătesc costuri de chirie și utilități aferente unui spațiu de lucru” (C.I.); „Îți oferă flexibilitate, confort și posibilitatea de a salva timpul pe care l-ai fi pierdut făcând naveta la birou, pentru mine funcționează foarte bine” (D.S.). Nu am întâlnit opinii care să menționeze aspecte negative în acest sector de activitate.

La aceeași întrebare, majoritatea managerilor din IT au răspuns că aveau implementat deja acest sistem de lucru și trecerea la un program de lucru *full remote* (complet la distanță) nu li s-a părut dificilă, s-au simțit mai productivi și nu au simțit nevoia de interacțiune față-în-față cu colegii / angajații, deoarece erau obișnuiți să comunice online cu aceștia: „M-am adaptat ușor la *work from home*,

având în vedere că și înainte lucram cel mai mult de acasă nu am simțit o mare diferență. Consider că sunt mult mai productiv de acasă” (A.P.).

Managerii din publicitate au opinii împărțite; un sfert din ei au susținut că s-au adaptat greu lucrului de acasă și acest sistem de lucru a devenit suportabil în timp, dar apreciază și beneficiile pe care munca de acasă le aduce vieții personale, deoarece nu mai pierde timp în trafic: „Greu la început, dar m-am obișnuit. Partea bună e că nu mai stau două ore în trafic, și că m-am apropiat mai mult de copii” (M.H.). Ceilalți manageri din publicitate s-au adaptat rapid și ușor, s-au simțit mai productivi, mai eficienți, însă pentru o parte din ei asta a dus și la o creștere a numărului de ore de muncă: „Rapidă, însă *work from home* pentru mine a presupus creșterea cu 40–50 % a numărului de ore lucrate datorită extra-efortului pentru coordonarea echipelor remote” (R.A.). Pentru un singur manager, *work from home* este o idee bună doar pe durate scurte de timp, deoarece oamenii au nevoie de interacțiune socială pentru a lucra, în plus este destul de greu să trasezi o limită între viața privată și cea profesională: „Un business mă ține mai mult la birou, agenția de digital. Restul proiectelor oricum le făceam *from home anyways*. *Work from home* e ok, poate 1–2 zile pe săptămână pentru colectiv, în schimb nu mi se pare o soluție potrivită *overall*. În primul rând ai nevoie să delimitezi spațiul de lucru de cel personal pentru că sunt *n* beneficii și motivații pentru care creierul performează diferit când schimbă mediul, iar în al doilea rând, suntem ființe sociale și ai nevoie de interacțiune umană pentru a lucra. Eu lucrez între 12–14 ore pe zi, de multe ori și sâmbăta, e greu să delimitezi viața profesională de cea personală” (G.M.).

Comparativ, dacă remarcăm o ușurință în implementarea sistemului de lucru *remote* în cazul managerilor din IT, deoarece aceștia lucrau în sistem hibrid sau *remote* și înainte de pandemie și erau obișnuiți să aibă o comunicare online cu echipele lor, în publicitate au existat două tendințe: prima ar fi o adaptare rapidă la noul sistem de lucru, ducând la creșterea eficienței, a productivității și la obișnuință, și a doua – cea în care managerii au menționat că în prima lună a fost greu de gestionat acest sistem de lucru, însă lucrul de acasă a venit cu beneficii precum timp pentru propria persoană, recuperarea timpului pierdut în trafic etc.

La întrebarea „Comparativ cu viața profesională de dinainte de pandemie, cum s-a schimbat viața dvs. profesională în timpul pandemiei?”, majoritatea angajaților din publicitate descriu această experiență ca fiind dificilă, pentru că lucrul de acasă le-a afectat viața privată; le-a fost greu să comunice cu superiorii și cu colegii lor și nu au reușit să își delimiteze viața privată de cea profesională: „Viața mea profesională în pandemie a evoluat atât negativ, cât și pozitiv. Pozitiv, în ideea în care am avansat în rol, fiindu-mi atribuite sarcini noi, conforme noului status profesional la locul de muncă. Iar negativ, în sensul în care nu a existat o barieră definitivă între viața de lucru și viața privată” (I.B.); „Comparativ cu ce făceam înainte, în pandemie volumul de muncă s-a dublat și mi-a fost destul de greu să delimitez viața profesională de cea privată” (M.P.). Însă am întâlnit și trei

opinii diferite ale celor intervievați din domeniul publicitar, care au afirmat că nu s-a modificat nimic în activitatea lor profesională: „Surprinzător, au venit mai mulți clienți la agenție. Însă nu mi s-a modificat volumul de muncă” (D.O.).

În ceea ce privește sectorul IT, toți angajații descriu această experiență ca fiind plăcută, cu beneficii salariale, însă menționează că uneori le-a lipsit interacțiunea cu colegii și puteau fi ușor distrași. Au învățat să fie productivi și să se motiveze singuri pentru a duce la final sarcinile de lucru și chiar au avut un echilibru mai bun între muncă și viața privată în timpul pandemiei: „S-a schimbat în foarte bine. Mi-am crescut venitul de aproape trei ori față de începutul pandemiei, *work-life balance* e mult mai bun acum și sunt mai fericit pentru că nu mai fac naveta la muncă” (O.S.). Comparativ, angajații din publicitate au întâmpinat dificultăți în a delimita viața profesională de cea privată și cu mici excepții aceștia nu au muncit mai mult decât în trecut, iar în IT angajații au fost mult mai relaxați și mai puțin stresați și, în plus, au avut parte de o majorare a veniturilor. Ca punct comun, angajații din ambele sectoare recunosc că le era mult mai ușor să comunice cu colegii și superiorii la birou.

Aceeași întrebare a fost adresată și managerilor din cele două sectoare economice: managerii din IT au exprimat opinii diverse, deoarece o parte nu au experimentat schimbări majore („Programul a rămas neschimbat, ca număr de ore lucrate zilnic, însă s-a adoptat un program flexibil în ceea ce privește ora de început a programului” – C.N.), însă alții au suferit modificări din punct de vedere al volumului muncii sau al stresului implicat („Muncesc mai puțin, dar este mult mai stresant de acasă” – B.I.); „Lucrez mai mult decât înainte de pandemie pentru că practic timpii dintre întâlniri – trafic, warm up etc. – sunt acum dedicați *full time* muncii. *Also*, e mai greu să mențin balanța dintre orele de muncă și cele de relaxare. Muncesc cam 14 ore pe zi” – C.G.).

Marea majoritate a managerilor din publicitate susțin că au lucrat peste program, că au ajuns la *burnout*, dar „este ceva normal în acest domeniu să ai un volum mare de muncă”, lucrează între 10–13 ore pe zi și din cauza funcției le este greu să gestioneze munca de acasă: „Programul de lucru e flexibil cu o marjă de plus / minus două ore față de intervalul 9–17. Am lucrat și peste program, foarte mult, anul trecut. Anul acesta balanța e mai echilibrată, dar și din cauză că s-a atins un *burnout*” (M.N.); „10–14 ore pe zi. Și înainte de pandemie lucram mult și de acasă, de oriunde, și *overhours*” (G.M.); „Pentru poziția mea nu prea ai noțiunea de program, nici la birou și nici online, responsabilitatea față de companie, rezultat și oameni nu se termină la ora 17 sau 18. Lucrez în medie 12–13 ore pe zi ... din 2005 de când am terminat facultatea” (R.A.).

Managerii din IT sunt mai relaxați, au un program de lucru mai scurt și nu lucrează peste program, rar menționând că se simt stresați. În schimb, managerii din publicitate susțin că din cauza funcției lucrează în medie între 10 și 14 ore pe zi, și o parte din ei au ajuns la *burnout* în pandemie.

La întrebarea „Ce program de lucru aveți și, de asemenea, ați avut posibilitatea de a vă alege cum lucrați?”, toți angajații din publicitate au afirmat că deși au un program standard, de 8 ore pe zi, au posibilitatea de a își adapta programul, fiind mai important să își rezolve *task*-urile decât să aibă programul fix. Aceștia susțin că statul peste program era ceva obișnuit și înainte de pandemie, însă acum pot compensa cu pauze mai mari în zilele în care nu au sarcini urgente: „Un program standard de 8 ore, care începe la ora 10. Este flexibil în sensul în care mai poți învăța orele de lucru dacă ai urgențe sau probleme personale. Important e să te încadrezi în deadline-uri. Mi s-a întâmplat să lucrez peste program, dar acest lucru e firesc domeniului. Se întâmpla și înainte de pandemie. De multe ori sunt proiecte mari care trebuie încheiate sau sunt deadline-uri foarte scurte” (M.G.); „Lucrez mult, lucrez și peste foarte des, pentru că nu mai ești limitat de faptul că trebuie să pleci acasă. Deja te simți comod, deci poți să mai continui de făcut lucruri pe care nu ai ajuns să le termini sau să perfecționezi ce ai făcut, fiind o meserie creativă, poți face asta la nesfârșit. Cel mai mult îmi place la munca de acasă că pot ieși în pauza de prânz cu cățelii afară la plimbare. Dar din păcate nu s-a întâmplat de foarte multe ori pentru că nu am mai luat pauza de masă pentru că aveam dealine-uri și nu mă încadram. Există mereu riscul că cineva să te roage să mai faci o mică modificare pe ceva anume, deci am stat la maxim jumate de oră de casă, ca să pot reveni urgent” (I.A.).

În ceea ce privește angajații din IT, majoritatea susțin că au un program fix, stabilit de către superiori, și au înțelegere din partea acestora dacă au urgențe de rezolvat. Rareori muncesc peste program, și nici înainte de pandemie nu se întâmpla foarte des: „Rareori au existat situații în care am fost nevoiți să lucrăm peste program. Această companie oferă flexibilitate în sensul că la urgențe îmi pot modifica programul. Programul de lucru este 08⁰⁰–16⁰⁰” (G.B.); „Programul este de 9 ore, cu o oră pauză de masă cu perioadă fixă 10⁰⁰–19⁰⁰, dar flexibil în cazul în care sunt urgențe sau probleme de rezolvat. Flexibilitatea aceasta este și în sens invers – dacă sunt urgențe de rezolvat, am lucrat și după terminarea programului” (M.P.).

Comparativ, se remarcă faptul că atât angajații din publicitate, cât și cei din IT au un program de 8 ore, însă angajații din publicitate lucrează frecvent peste program și se bucură de flexibilitatea programului de lucru pentru că își pot gestiona timpul de lucru prioritizând *task*-urile. Cei din IT se bucură de timp liber după program și au parte de flexibilitate dacă au nevoie.

La întrebarea „Cum ați resimțit lucrul de acasă? Puneți accent pe echilibrul viață privată-viață profesională?”, o mare parte din angajații din publicitate susține că încearcă să mențină echilibrul dintre cele două și este important acest aspect; apreciază munca de acasă pentru că le oferă posibilitatea de a lucra liniștiți, își pot gestiona în același timp și treburile casei, pot lua câte pauze simt nevoia, însă întâmpină probleme cu gestionarea volumului de muncă și simt nevoia de interacțiune cu colegii: „Prefer lucrul de acasă pentru că nu-mi bat capul în trafic,

nu am de-a face cu colegi insuportabili, îmi iau câte pauze doresc, pot lucra din orice colț al casei și am tot confortul necesar. Evident că îmi doresc să am timp și pentru mine, însă acesta e din ce în ce mai puțin, având în vedere volumul mare de lucru și presiunea exercitată de angajator oamenilor de creație din agenție” (I.B.). Însă sunt și trei angajați care susțin că nu pot realiza un echilibru viață privată-viață profesională din cauza volumului de muncă și preferă să lucreze de la birou pentru că acasă nu se pot concentra suficient: „Îmi cam displace pentru că nu mă pot concentra. Se ivesc tot felul de chestii care mă distrag și mă încetinesc” (D.C.); „Este mai greu să ai un echilibru, deoarece parcă ești tot timpul *available*, mereu trebuie să răspunzi la telefon, la un mail, apar sarcini noi constant” (R.T.).

Angajații din sectorul IT au răspuns majoritar că este mult mai plăcut și mai practic să lucreze de acasă, deoarece au mai multă flexibilitate și scutesc timpul pe care l-ar petrece în drum spre birou: „Lucrul de acasă nu mi s-a părut dificil, din contră, mi s-a părut relaxant” (I.V.); „Pentru mine e perfect, nu mai pierd timpul pe drum, să am grija să îmi fac pachetul cu mâncare, să planific când și ce gătesc să nu fiu obligată să mănânc ceva *random* cumpărat” (A.C.). A existat și o excepție, care susține că i-a fost greu să delimiteze viață familială de cea profesională, deoarece rolul de mamă și angajată interferau: „Adaptarea la un program *full remote* a fost relativ dificilă în contextul pandemiei, cu școala online a copiilor, programe diferite cu școala, teme, gătit, curățenie. Mi-a fost greu să mă obișnuiesc” (M.P.). Comparând, angajații din IT se bucură mai mult în plan personal de timp liber, însă ambele grupe de subiecți remarcă beneficiile pe care le are munca de acasă asupra vieții lor profesionale, în general.

În ceea ce privește ultima întrebare de tranziție, „Care a fost relația cu colegii și superiorii și cum s-a desfășurat comunicarea în acest sistem de lucru?”, părerile sunt împărțite între angajații din publicitate, deoarece o treime din ei susțin că au avut o comunicare normală, desfășurată cu ajutorul platformelor online și că interacțiunea cu colegii și superiorii nu a avut de suferit, însă menționează că le lipsește comunicarea față în față: „Comunicarea s-a desfășurat super ok, ne auzeam pe WhatsApp, și mai și ieșeam o dată pe lună *face to face*. Dar da, mi-a lipsit interacțiunea față în față” (D.O.); „Obișnuiam și înainte să lucrez cu oamenii *remote* astfel că nu a fost o diferență foarte mare. Jobul presupune o muncă *remote*, echipele cu care lucrez fiind din State” (R.T.). Restul susțin că au avut probleme de comunicare când vine vorba de diferite sarcini, comunicarea cu colegii și cu superiorii, deoarece colegii nu răspundeau în timp util sau aveau opinii diferite pe anumite subiecte: „Relația cu superiorii a avut de suferit semnificativ în momentul în care nu am mai tolerat toxicitatea și neajunsurile și am început să reclam practicile toxice (unele dintre ele ilegale) sau discriminarea bazată pe sănătate mentală, *burnout* și anxietate de performanță. În privința colegilor, am avut parte de conflicte cu o parte minoritară dintre aceștia (interpușii superiorilor), ce respectau cu sfințenie îndemnul toxic și le propagau pe mai departe angajaților din creație” (I.B.).

În IT, jumătate dintre angajații intervievați au susținut că erau obișnuiți cu comunicarea pe platformele online și nu au întâmpinat dificultăți în comunicarea cu colegii sau angajatorii, însă simt lipsa interacțiunii față în față: „Relațiile au devenit și mai solide, nu am întâmpinat probleme. Dar îmi lipsește această interacțiune umană” (B.G.). Restul au susținut că este foarte importantă comunicarea pentru o echipă, iar pandemia afectează relațiile actuale dintre colegi, comunicarea fiind mai limitată: „Interacțiunea *face to face* era un factor important pentru încheierea unei echipe și unitatea ei. În contextul actual, deși avem multe opțiuni business, dar și social media, interacțiunea nu este la fel cu cea directă, este foarte limitată” (M.P.). Doi subiecți susțin că nu s-a modificat nimic în interacțiunea cu colegii sau superiorii: „de obicei, chat sau sesiuni online după nevoie. Și nu îmi lipsește interacțiunea față în față” (A.C.). Comparativ, se observă un interes mai mare din partea angajaților din publicitate pentru dezvoltarea relațiilor cu colegii de muncă și, de asemenea, se constată și probleme de comunicare sau neînțelegeri, spre deosebire de sectorul IT, în care deși se consideră necesară comunicarea pentru încheierea echipei, interacțiunile se păstrează strict pentru rezolvarea sarcinilor, angajații preferând să lucreze individual.

Aceeași întrebare a fost adresată și managerilor, pentru a afla cum a decurs comunicarea dintre manageri și angajații organizației și din perspectiva celor cu funcții de conducere. Managerii din IT au susținut în totalitate că au avut o comunicare deschisă, bazată pe feedback și decizii colective, că au fost orientați către problemele angajaților, au implementat ședințe scurte și au creat diferite grupuri pentru a avea o comunicare mai rapidă: „Comunicăm mult pe WhatsApp și ținem ședințele pe Zoom cât mai scurte, cel mult 45 de minute, vorbim la telefon sau mesaje vocale, am grupuri multiple cu diferite echipe, de comunicare, IT, de nutriționiști, ca să nu le scriu tuturor când am nevoie de ceva” (C.G.); „Am fost mereu deschis, iar colegii și subordonații au putut mereu să discute cu mine orice lucru pentru a găsi soluții împreună. Lucram mult cu feedback reciproc și am folosit mult platformele online” (A.P.).

În mare parte, managerii din publicitate au susținut că au avut o comunicare eficientă prin platforme online, precum Microsoft Teams, atât pentru stabilirea sarcinilor, cât și pentru păstrarea echipei unită, prin crearea unei atmosfere prietenoase, pauze de cafea sau ceai și jocuri de echipă: „Am empatizat mai mult, cumva am fost mai apropiați, tocmai pentru că am fost distanțați. Pe lângă întâlnirile online în care stabilim task-urile, avem ședință virtuală de *ceaiul de la ora 5* unde simulăm adunările de la cafea de la birou și vorbim diverse, socializăm” (M.N.); „Foarte ok, nu am avut probleme. Microsoft Teams a devenit la fel de popular ca Whatsapp-ul pentru noi” (M.H.).

Făcând o comparație între cele două grupuri de manageri interviuate, în IT predomină comunicarea bazată pe task-uri, folosirea platformei Zoom și aplicația WhatsApp, iar în publicitate predomină aplicația Microsoft Teams, colaborarea, menținerea unui mediu de lucru plăcut pentru angajați, prin întâlniri online de comunicare pe subiecte din viața personală.

ECHILIBRUL MUNCĂ-VIAȚĂ PRIVATĂ PE PERIOADA LUCRULUI DE ACASĂ

La întrebarea „Superiorul dvs. pune accent pe menținerea moralului dvs. și pe delimitarea vieții profesionale de cea privată? Aveți implementată o metodologie pentru lucrul *remote*?”, majoritatea angajaților din publicitate susțin că nu au avut o metodologie de lucru la distanță și că superiorii nu pun accent pe echilibrul viață profesională-viață privată: „Nu avem o metodologie de muncă, fiind o agenție de publicitate, este oarecum un consens nespus că muncești peste program când ai treburi urgente, că programul e haotic și că se muncește mult în general. Totuși, când m-am plâns că e foarte multă muncă și stau foarte des peste program, au avut grijă colegii seniori și cei care îmi dau task-uri să îmi fie mai bine, să nu mă supraîncarc. Nu s-a reușit acest lucru prea bine, pentru că tot e un volum mare de muncă, iar eu lucrez încet, sunt perfecționistă, vreau să iasă lucrurile bine și nu am experiență mare să le fac foarte rapid” (I.A.). Totuși, doi respondenți au susținut că superiorii pun accent pe echilibrul viață profesională-viață privată și au implementat un sistem de lucru *remote* pentru a trasa clar granițele între cele două zone: „Da, se insistă foarte mult pe menținerea moralului și delimitarea celor două aspecte. Poți oricând să vorbești cu superiorii sau cu HR-ul despre problemele tale. Avem implementat un set de reguli (sau sugestii) de *wellbeing* la nivel de agenție, care să ne ajute psihic. Scurtarea *meeting*-urilor, pauze de masă trecute în calendar, cu *reminder*, ca să mâncăm la timp, întâlniri la cafea prin webcam. Am mai avut conferințe online cu psihologi, *challenge*-uri pe mail” (M.G.).

În sectorul IT, majoritatea angajaților susțin că superiorii pun accent pe echilibrul viață privată-viață profesională, încurajează interacțiunea între angajați și oferă bonusuri pentru crearea unui loc confortabil de lucru: „Da, managerul meu pune accentul pe menținerea echilibrului și pe *wellbeing* în întâlnirile noastre. De fapt la nivelul companiei, subiectul de sănătate mentală este promovat foarte mult. Există niște procese puse la punct, care s-au cristalizat de-a lungul pandemiei. Un exemplu este că orice angajat beneficiază de echipament pentru a lucra de acasă, de la monitor, scaun, masă reglabilă, căști etc. Și au apărut multe întâlniri informale spre exemplu *catch-up*-uri sau *virtual coffee breaks*, care au rolul să mai anime ziua, să te faci să interacționezi cu colegii și să iei o pauză” (D.S.); „Personalul este unul extraordinar. Indiferent de ce probleme avem, dacă acestea sunt de natură profesională sau privată, încercăm să ne ajutăm reciproc” (G.B.).

Remarcăm că în publicitate foarte puțini angajați au menționat că superiorii au încercat să îi motiveze și să mențină un mediu de lucru relaxat. La polul opus, angajații din IT au beneficiat de suportul și sprijinul superiorilor, având implementat și un sistem de lucru la distanță.

La întrebarea „Cum ați gestionat viață privată și viață profesională? Ați reușit în perioada lucrului de acasă să vă delimitați timpul liber de viață profesională?”, toți angajații din publicitate au recunoscut că le-a fost destul de greu să delimiteze viață privată de cea profesională. Mai mult, le-a crescut volumul de muncă:

„Natura meseriei face dificilă delimitarea, pentru că sunt proiecte mari cu *deadline*-uri scurte, iar uneori trebuie să te gândești la idei sau concepte și în timpul tău personal. Nu e neapărat un lucru rău, îmi place ce fac. În general îmi delimitez cele două aspecte, dar există suficiente excepții, mai ales dacă e o perioadă mai aglomerată cu proiecte și *new business*” (M.G.); „Din păcate nu am reușit o delimitare solidă, viața mea personală a fost pusă pe stop de la începutul pandemiei. Planurile, aspirațiile și proiectele personale au avut de suferit considerabil” (I.B.).

Majorității angajaților din IT le-a fost ușor să delimiteze cele două aspecte ale vieții datorită programului pe care îl au, nefiind nevoiți să lucreze peste program; nu au menționat modificări ale volumului de lucru: „Este chiar mult mai ușor, am timp să mă odihnesc, să gătesc, scutesc drumul” (V.P.); „Da, am reușit să fac asta. Când terminam munca și înainte să încep să lucrez pentru facultate sau voluntariat ieșeam afară la o plimbare, ca să simt că am pus punct unei activități și încep alta” (D.S.); „Sunt o persoană destul de organizată, având un program zilnic desfășurat pe ore, deci separația a fost ușoară. Oprirea notificărilor de Slack după ora 6 ajută. Preponderent în companii mici e mai greu să obții această separație” (O.S.). Angajații din publicitate întâmpină probleme când vine vorba de delimitarea vieții private de cea profesională: au un program încărcat, diferit de la o zi la alta, și cei mai mulți dintre ei au priorizat munca în perioada pandemiei, pe când angajații din IT au reușit să delimiteze clar viața profesională de cea privată.

La întrebarea „Ați întâmpinat anumite probleme lucrând de acasă și care ar fi acele probleme cu care v-ați confruntat?”, majoritatea angajaților din publicitate au menționat că au avut conflicte cu superiorii, s-au simțit mai puțin concentrați, lipsiți de motivație, munca le-a fost îngreunată din cauza contextului social: „Am întâmpinat probleme în relația cu angajatorul, dar și probleme în raport cu sinele. Problemele cu angajatorul țin de munca prestată *overtime*, de sacrificiile făcute și lipsa beneficiilor. Probleme cu colegii care exercită presiune asupra departamentului de creație, la îndemnul angajatorului, ceea ce a dus la tensiuni. În plan personal, m-am lovit de lipsă de motivație, concentrare și productivitate asociate unui volum de lucru masiv” (I.B.); „M-am confruntat cu ideea de disponibilitate continuă, mă simțeam vinovată că nu răspund, deși îmi terminasem *task*-urile și programul pe ziua respectivă” (M.P.). Au existat trei excepții, subiecți care au susținut că au fost mai productivi lucrând de acasă: „Nu, mă concentrez bine de acasă și cel mai important lucru pentru productivitate sunt pauzele, iar faptul că sunt acasă îmi permite să mă simt în largul meu să îmi mai iau mici pauze, să stau pe telefon etc., pe când la birou cred că m-aș fi simțit mai prost să fac asta, deci productivitatea ar fi scăzut după câteva ore și ar fi crescut mult stresul și riscul de *burnout*” (I.A.).

Majoritatea angajaților din IT s-au confruntat cel mai des cu probleme tehnice precum conexiunea la internet sau pană de curent și rar preluarea altor sarcini de la colegii lor: „Nu am întâmpinat probleme majore. Poate lipsa

conexiunii la internet. Dar aceasta a fost remediată rapid” (G.B.). Diferența dintre cele două domenii este evidentă: angajații din publicitate au avut probleme cu adaptarea la noul mod de lucru, s-au simțit mai puțin productivi și s-au confruntat cu lipsa de concentrare, pe când angajații din IT fie nu au avut probleme, fie au preferat să menționeze doar probleme tehnice.

La aceeași întrebare adresată și managerilor, majoritatea angajaților cu funcții de conducere din sectorul IT au menționat faptul că lucrând de acasă au întâmpinat probleme de natura tehnică, de sănătate, datorate statului îndelungat la birou, sau dificultăți în gestionarea sarcinilor ce decurg din rolul de părinte: „Net prost, zgomote de la vecini, dificultăți de comunicare pe zoom, probleme cu spatele” (C.G.); „Copiii, am trei. Când lucram preponderent de acasă și ei făceau *homeschooling* era foarte, foarte, foarte greu” (A.S.).

Angajații cu funcții de conducere din publicitate au declarat în mare parte că nu au întâmpinat probleme, ci mici dezavantaje prin prisma faptului că nu se mai vedeau cu colegii sau că lucrau din același spațiu în care desfășurau și activități private: „La început mă cam frustra că lucram din același loc în care făceam lucruri pentru mine și dormeam. Dar am reușit să trec peste lucrând din altă zonă a casei. În prezent, nu mă mai deranjează când lucrez din pat, spre exemplu. Îmi place!” (A.O.); „*No problems at all*. Singurul lucru este că nu ne mai întâlnim la fel de des, dar legat de *work* nu am observat scăderi deloc” (G.M.).

Problemele managerilor din cele două grupuri au fost diferite: cei din sectorul IT au întâmpinat probleme tehnice, probleme cu internetul sau probleme cu spatele, pe când cei din publicitate au întâmpinat probleme cu spațiul de lucru și cu delimitarea spațiului personal de cel profesional.

La întrebarea „Cum ați resimțit din punct de vedere psihic și emoțional această schimbare, v-ați simțit mai obosiți, anxioși sau poate mai productivi?”, părerile angajaților din publicitate sunt împărțite, deoarece s-au menționat atât plusurile, cât și minusurile, indiferent de cât de productivi s-au simțit. Un sfert din angajații din publicitate au susținut că s-au simțit mai productivi, mai relaxați, însă după câteva luni a apărut și plictiseala: „M-am simțit mai productiv și mi-a făcut plăcere, cel puțin o perioadă. Acum, după un an, sunt mai degrabă plictisit și simt nevoia de schimbare, cred că e puțin stres emoțional care se vede abia acum. A fost ok pentru mine, cred că cei care au copii au avut mai degrabă probleme în a lucra de acasă” (M.G.); majoritatea însă s-au simțit obosiți și copleșiți de volumul de muncă și de programul de lucru datorat orelor suplimentare, s-au simțit mai anxioși și singuri: „Am avut de-a face cu stări de anxietate, oboseală și *burnout* cauzate de volumul de lucru mare și dezechilibrul programului de lucru. A trebuit să fiu prezent online pe toată durata programului și să mă asigur că răspund cât mai repede cu putință. Angajatorul nu a luat în seamă aceste neajunsuri, din nefericire, și a pledat pentru asumarea unui compromis în continuare” (I.B.).

Majoritatea angajaților din IT au susținut că s-au simțit productivi, nu li s-a modificat volumul de muncă și nu s-au confruntat cu dezavantajele muncii de acasă

(oboseală, stres, anxietate sau *burnout*): „Cred că depinde mult de mediile de acasă și job. Am avut job-uri unde la birou se vorbea încontinuu și era greu să te concentrezi. Eu personal sunt mai productiv acasă, unde pot programa fără întreruperi” (O.S.). Un singur subiect a menționat că la începutul pandemiei s-a confruntat cu sentimente de anxietate și i-a fost foarte greu să lucreze, însă pune aceste emoții pe seama contextului în sine: „Grijile, frica de necunoscut și frica ca eu sau cei dragi mie să se îmbolnăvească au contribuit la anxietatea și demotivația de la început. Însă acum, după un an de la pandemie, mă simt foarte confortabil în a lucra de acasă și motivată. Și da, mai productivă, pentru că mă pot ocupa de mai multe lucruri într-o zi decât aș fi putut dacă eram la birou” (D.S). Comparând, angajații din publicitate au fost mult mai predispuși stărilor de anxietate, oboseală, *burnout* sau demotivare, față de angajații din IT, care au susținut că nu s-au confruntat cu emoții negative.

La aceeași întrebare adresată și managerilor, o treime din managerii din sectorul IT au susținut că au fost mai productivi și au reușit să nu amestece viață privată cu cea profesională, nu s-au simțit stresați sau anxioși în acea perioadă: „Am fost ca echipă mai productivi și am știut să delimităm viața personală de cea profesională” (C.N.); „Sunt multe opinii în contradictoriu, dar personal consider că muncitul de acasă poate fi mult mai productiv” (A.P). O singură respondentă s-a simțit mai obosită, mai stresată și a întâmpinat probleme cu gestionarea vieții profesionale: „Este mai obositor și mai stresant, pentru că e mai greu să mă detașez de mediul profesional și tendința e să lucrez toată ziua și în weekend” (C.G.).

Managerii din publicitate au răspuns majoritar că au fost productivi, însă s-au confruntat și cu oboseală, anxietate, stres, *burnout* sau *nevoia* de a sta mereu online: „Am fost mult mai productivi la nivel de organizație. S-a văzut în rezultate foarte clar. Totodată, după un an, ne-a ajuns și oboseala și am atins o stare de *burnout*” (M.N.); „La începutul pandemiei mi-a fost groaznic de greu. Mă simțeam obligată să fiu mereu online și prezentă la fiecare apel, notificare, solicitare etc. Nu îmi plăcea să nu fiu disponibilă, pentru că aveam o senzație greșită că mi se va aduce în față că nu e un comportament dezirabil. Însă, cu timpul m-am liniștit și mi-am dat seama că e normal să nu fiu mereu online și să îmi iau și timp pentru mine. Dacă îți faci treaba cum trebuie și dai tot ce poți, nu e musai să fii 24 / 7 conectat. O faci în ritmul și în timpul tău” (A.O).

Comparativ între cele două domenii, managerii din IT s-au simțit mai productivi și și-au desfășurat activitatea cu lejeritate, pe când cei din publicitate au experimentat și starea de oboseală, stres sau *burnout* lucrând de acasă.

Ca răspuns la întrebarea „Viața profesională v-a influențat în vreun fel viața privată? V-a ajutat faptul că aveai activitate sau faptul că lucrați de acasă a afectat și relațiile din sfera privată?”, jumătate din angajații din publicitate susțin că viața privată le-a fost afectată mai degrabă de pandemie, decât de munca în sine; au avut timp mai mult pentru ei, pentru familie și și-au îmbunătățit relațiile cu cei dragi: „Deloc, viața privată îmi e afectată de pandemie și de restricții, nu de faptul că

lucrez de acasă” (M.G.); „Lucratul de acasă a îmbunătățit viața personală, am avut mai mult timp pentru mine, pentru copii, pentru soț, ne-am bucurat mai mult de viață de familie” (R.T.). Doar doi angajați din publicitate au susținut că lucrul de acasă le-a diminuat timpul pe care îl alocau pentru ei și pentru cei dragi: „*Work from home* mi-a afectat viața privată, statul online non-stop este epuizant, primeam mesaje și în timpul meu liber, unele *task*-uri erau urgente și trebuia să mă rup de ceea ce făceam în timpul liber ca să le rezolv, lucram chiar dacă ieșeam în oraș cu prietenii și era vineri seara” (M.P.).

Angajații din domeniul IT au susținut în totalitate că viața privată nu le-a fost afectată din cauza lucrului de acasă și s-au simțit mai productivi, fiind recunoscători că au avut un loc de muncă: „Nu consider că viața profesională mi-a afectat în vreun fel viața privată. Sunt recunoscătoare că am avut și am un job într-o perioadă atât de incertă și că am avut parte și de flexibilitatea de a călători și a-mi vizita familia” (D.S.).

La aceeași întrebare adresată managerilor, o treime din managerii din IT au susținut că viața profesională nu le-a influențat viața privată, ci pandemia a diminuat timpul alocat relaxării sau ieșirilor: „Neavând copii, nu. Însă posibil că era mai dificil a lucra și a avea grijă de copii” (C.N); „Nu în mod special, dar per total mi s-a redus timpul alocat relaxării și vieții personale” (C.G). Ceilalți au menționat că a fost destul de greu să aibă grijă de copii și să lucreze în același timp, dar au apreciat și timpul petrecut în familie: „Câteodată da, când erau și copii acasă. Însă ne-am și bucurat de mai mult timp împreună” (A.S).

Managerii din publicitate au susținut majoritar că nu au întâmpinat probleme, că au știut să delimiteze viața privată de cea profesională, au simțit că sunt norocoși pentru faptul că au lucrat și au avut beneficii financiare într-o perioadă plină de incertitudine: „A ajutat faptul că aveam job și bani, clar. Nu pot spune că mi-a influențat viața profesională viața privată, ci mi-a oferit niște beneficii” (R.A.); „Nu mi-a afectat viața privată. Soțul lucrează tot în corporație, avem același program. Nu am copii sau câini, pisici sau responsabilități, ne concentrăm pe carieră” (M.N). Un singur respondent a povestit despre modul în care au descurs unele ședințe din pandemie, care s-au desfășurat cu dificultate din cauza copiilor care îl deranjau în timp ce lucra: „A fost complicat. Mai ales din cauza copiilor, care au stat în casă când au fost grădinițele închise, iar unele întâlniri online s-au desfășurat cu ei în brațe sau în apropiere” (D.N.).

Analizând răspunsurile managerilor, observăm o similitudine: doar cei cu copii mici au simțit că viața profesională le afectează familia și familia le afectează modul de lucru. Majoritatea managerilor fără responsabilități familiale și-au delimitat ușor viața profesională de cea personală.

La ultima întrebare-cheie, „Vi s-a întâmplat în această perioadă să vă aflați într-un conflict între viața profesională și cea privată? Poate ați lucrat mai mult și v-a afectat viața de familie, stresul de la locul de muncă sau supraîncărcarea cu sarcini v-au creat probleme?”, jumătate din angajații din publicitate au susținut că

s-au simțit stresați și asta a dus la conflicte în familie, nu reușeau să delimiteze timpul de lucru de cel de odihnă și lucrau frecvent peste program, au afirmat că au avut un climat „toxic de lucru” ce a favorizat apariția anxietății și irascibilității, fiind mai predispuși la conflicte cu cei dragi și cu colegii: „Da, am fost foarte stresată și m-am certat cu mama, cu care locuiesc” (I.A.); „Da, da, da. Am avut de-a face cu un conflict total între viața personală și cea profesională. Am devenit mult mai anxios, mai irascibil, obosit și plictisit. M-am confruntat cu lipsa de concentrare, lipsa de motivație și pofta de a trăi, toate asociate unui climat de lucru toxic” (I.B.), iar cealaltă jumătate au susținut că nu s-a confruntat cu conflicte între viața privată și cea personală, susținând că: „Nu. Am grijă că cele două să nu se ciocnească. Impun limite, îmi fac treaba la timp și refuz să iau problemele de la muncă acasă” (D.O.).

Majoritatea angajaților din IT au susținut că nu au avut probleme și experiența lucrului de acasă a fost foarte plăcută pentru ei: „Nu, nu am avut vreun conflict, mi-a plăcut să lucrez de acasă” (V.P.); „În cazul meu, nu. Totul a decurs bine” (O.D.). Comparativ, angajații din publicitate au resimțit mai multă presiune în perioada pandemiei, iar stresul și irascibilitatea au dus la apariția discuțiilor în familie sau cu colegii, în timp ce cei din IT au gestionat mai ușor lucrul de acasă.

La aceeași întrebare adresată și managerilor, jumătate din managerii din IT au răspuns că nu li s-a întâmplat să se confrunte cu probleme datorate muncii sau familiei, chiar dacă domeniul IT a fost foarte solicitat în pandemie și au muncit destul de mult: „S-a întâmplat destul de rar asta, în ciuda faptului că domeniul în care activez este destul de solicitant” (C.N.). Ceilalți au întâmpinat probleme din cauza pandemiei și a restricțiilor, și nu a muncii în sine; s-au simțit obosiți pentru că a fost nevoie să planifice atent programul și sarcinile, atât pentru ei, cât și pentru angajații lor: „A fost mai multă nevoie de planning și extra *mindfulness* tocmai pentru a evita stresul” (A.S.).

Pentru majoritatea managerilor din agențiile de publicitate, nu s-a modificat niciunul din cele două aspecte (viața privată și cea profesională), existând o tendință spre prioritizarea carierei și abia apoi a timpului personal: „Nu au afectat altfel față de înainte de pandemie” (M.N.); „Nu sunt relevantă deoarece eu mereu am pus accent pe carieră. Astfel, îmi permit externalizarea unor elemente casnice... curățenie, îngrijire copil, gătit ... și timpul redus personal îl folosesc strict pentru relațiile cu familia, nu pentru jobul de acasă” (R.A.). O problemă particulară a fost îngrijirea copiilor preșcolari, care, din cauza închiderii grădinițelor, a presupus, pentru unul dintre respondenți, direcționarea atenției către supravegherea copilului și atenție suplimentară în timpul programului de muncă: „Da, s-a întâmplat. Din cauza închiderii grădinițelor, nu din cauza supraîncărcării” (D.N.).

În urma analizei tuturor răspunsurilor oferite de către manageri, putem concluziona că aceștia nu au avut conflicte între viața privată și cea profesională din cauza jobului sau a sarcinilor, ci din cauza pandemiei, deoarece au investit mai mult timp în organizare și găsirea de soluții de *wellbeing* pentru ei și pentru

angajații lor, iar cei care au avut mai mult de suferit au fost cei care au copii și au fost nevoiți să împartă spațiul de lucru, atenția și răbdarea cu cei mici, în timp ce încercau să își îndeplinească și rolul de manager, și cel de părinte.

SUGESTII ALE ANGAJAȚILOR PENTRU ÎMBUNĂȚĂȚIREA LUCRULUI DE ACASĂ

La întrebarea „Plecând de la problemele întâmpinate și experiența avută, cum ați îmbunătăți lucrul *remote*? Ați discutat aceste aspecte și cu superiorii dumneavoastră?”, angajații din publicitate au opinii împărțite când vine vorba de îmbunătățirea lucrului de acasă. Unii dintre ei consideră că agenția a depus și depune suficiente eforturi pentru a avea o experiență plăcută de lucru de acasă, alții recunosc că nici nu s-a discutat despre aceasta: „Superiorii mei caută și implementează mereu idei prin care să ne facă lucrul de acasă mai ușor. De câteva luni, noi avem posibilitatea să mergem și la birou, dar un număr limitat de oameni pe zi și se face pe bază de programări. Uneori mergem pentru că vrem să avem interacțiune umană și să ne vedem colegii” (M.G.); „Cred că problemele actuale din firmă țin mai mult de dezorganizare, decât de lucrul la distanță, nu am discutat despre asta, m-am conformat conducerii” (I.A.).

Marea majoritate a angajaților ar dori ca superiorii să susțină munca de acasă cu sporuri, deoarece cheltuielile revin angajaților acum, să le ofere materiale de lucru precum telefon, laptop, softuri achitate de către firmă, precum Canva sau pachetul Adobe. De asemenea, și-ar dori să aibă un program de muncă fix, poate mai scurt, fără să mai rămână peste program, să beneficieze de pauze și de mai multă înțelegere din partea superiorilor care ar trebui să folosească întâlnirile online doar atunci când sunt necesare: „Programul trebuie respectat cu sfințenie. Lucrul de acasă trebuie susținut cu sporuri și beneficii, dintre care amintesc acel spor de 400 lei pentru utilizarea energiei electrice și a device-urilor electronice destinate lucrului de acasă, precum și laptop sau telefon de muncă. Nu am primit niciunul dintre acestea. Am comunicat toate neajunsurile superiorilor, dar nu mi-a fost luată în seamă solicitarea. Un exemplu de situație neplăcută a fost în iarnă, când nu au vrut să-mi ofere concediu de sărbători, pe motiv că este mult de lucru” (I.B.); „Delimitarea pauzelor de cea a lucrului propriu-zis, de foarte multe ori mi s-a întâmplat să lucrez fără pauză sau să îmi scrie cineva când mâncam...” (M.P.); „Mi-am amintit ceva care m-a deranjat și am discutat subiectul cu superiorii: ședințele de la 9 dimineața din fiecare zi; obositoare, nefondate și în plus” (A.T.).

În ceea ce privește opinia angajaților din IT, aceștia susțin majoritar că nu sunt necesare îmbunătățiri, au primit echipamente pentru a lucra de acasă, au o colaborare foarte bună atât cu colegii, cât și cu superiorii: „Modul în care s-a desfășurat lucrul *remote* pentru mine a fost perfect. Nu simt lipsa a nimic în acest context. Am simțit sprijin din partea echipei, am primit tot echipamentul necesar pentru a fi capabilă să lucrez de acasă, am avut parte de flexibilitate, înțelegere,

suport și o colaborare foarte bună în proiecte cu colegii mei” (D.S.); „Cred că pe viitor mai multă lume ar trebuie să îmbrățișeze ședințele online care sunt la obiect și nu-ți permit să te abați prea mult de la subiect că în cazul discuțiilor live, astfel nu se mai irosește timp cu tot felul de ședințe inutile” (O.D.).

Comparativ, angajații din IT au susținut că au avut parte de susținere, încredere și suport de la colegi și superiori și au fost ajutați cu echipamente pentru a lucra de acasă în condiții optime și nu ar avea ce modificări să propună, nediscutând despre îmbunătățirea lucrului de acasă cu superiorii. La polul opus, o parte dintre angajații din publicitate ar modifica programul de lucru, ar discuta cu superiorii pentru a răi ședințele online neimportante și ar plasa costurile pentru electricitate sau alte platforme către superiori; foarte puțini sunt de acord cu măsurile luate de superiori precum *coffee breaks*, împărțirea sarcinilor de lucru între colegi, jocuri pe diferite platforme care să mențină o relație plăcută între angajați.

La întrebarea „Ce impact a avut pandemia asupra organizației în care lucrați, v-a afectat în vreun fel?”, angajații din publicitate au susținut majoritar că au pus mai mult preț pe relațiile interumane, pe echipă și s-au concentrat pe soluții, organizațiile nefiind afectate foarte mult de pandemie: „Ne-a făcut să ne gândim la ce este cu adevărat important pentru noi și să căutăm soluții în zona de *new business*. Am atras clienți care au fost impactați mult mai direct prin natura meseriei și au avut nevoie de comunicare” (M.G.); „Paradoxal, agenția nu a suferit pierderi în pandemie. S-au câștigat clienți noi, iar unele dintre conturile agenției au sporit în pandemie. Astfel, agenția a avut parte de evoluție din punct de vedere economic și financiar, cu toate acestea nu au fost mărite salariile, ba chiar au fost tăiate” (I.B.).

Angajații din IT au susținut majoritar că nu au fost afectați negativ, ci pandemia a grăbit organizațiile să se dezvolte tehnologic, preocuparea organizațiilor fiind găsirea de soluții și adaptarea la noul context social: „Per total, a dus transformarea digitală la un alt nivel, ne-a forțat să ne depășim limitele și să atingem obiective la care nu ne gândisem înainte de pandemie. Așa că aș spune că pandemia a încurajat transformarea digitală a companiei în care lucrez” (D.S.); „Nu au scăzut foarte mult vânzările, am reușit să ne adaptăm, chiar dacă ne-a forțat puțin digitalizarea” (O.D.).

În ceea ce privește efectele pandemiei asupra vieții profesionale, au fost pozitive, conform ambelor grupe de angajați, chiar dacă s-a resimțit o mică scădere financiară pentru organizații, însă digitalizarea și contextul i-a încurajat pe toți să caute soluții și să își reinventeze munca.

La ultima întrebare „Considerați că ar mai fi ceva de adăugat?”, am selectat o serie de răspunsuri ale ambelor grupe de angajați care pun accentul pe dorința de sprijin emoțional, empatie și mai multă înțelegere în această perioadă: „Of, cred că ar trebui să avem mai mult suport din partea oamenilor dragi și al colegilor, ar trebui să fim mai empatici, să ne gândim mai mult înainte să deschidem gura să judecăm. Cred că pandemia a înrăit oamenii, i-a făcut mai egoiști și asta este

supărător. Este necesar să fim mai buni și să ajutăm” (A.T.); „Consider că lucrul de acasă își poate avea locul în viața noastră și după terminarea pandemiei. Ar ajuta atât angajatul, cât și angajatorul” (M.P.).

MĂSURI LUATE DE MANAGERI PENTRU REALIZAREA ECHILIBRULUI MUNCĂ-VIAȚĂ PERSONALĂ ÎN ORGANIZAȚIILE LOR

La întrebarea „Puneți accent pe menținerea moralului și pe delimitarea vieții profesionale de cea privată a angajaților / subordonaților / echipei dvs., dar și a dvs.? Aveați implementată o metodologie pentru lucrul remote?”, în urma răspunsurilor oferite de managerii din sectorul IT, reiese faptul că aceștia s-au axat pe îmbunătățirea programului de lucru, s-au concentrat pe pauze, iar unii dintre ei au oferit posibilitatea angajaților să își stabilească propriul program de lucru: „Încercăm să avem o bună igienă a orelor de lucru, cu respectarea orelor libere și a programului de lucru ales de fiecare membru din echipă. Le-am oferit posibilitatea tuturor celor din echipa mea să își aleagă programul în funcție de preferințe și să mi-l comunice, singurul aspect de care s-a ținut cont este respectarea programului de opt ore” (C.G.); „Eu lucrez într-un startup, iar motivația este în mare parte intrinsecă. Având un rol de conducere, trebuie să fiu o sursă de energie pozitivă atât pentru mine, cât și pentru colegi” (A.S.).

În ceea ce privește opinia managerilor din publicitate, aceștia au susținut majoritar că este important echilibrul viață privată-viață profesională, au programe de *wellbeing* (menținere a stării de bine) implementate, întâlniri de relaxare și pauze de mese, și s-au învățat să încheie munca la ora fixă, susținând că încearcă să nu ofere prea multe task-uri angajaților pentru a nu pune o presiune suplimentară pe aceștia: „Da, ținem legătura cu angajații prin *call-uri*, *townhalls*, *virtual relaxing meetings* plus *different wellbeing programs*” (M.H.); „Ne organizăm cât mai bine cu putință. Mi-am făcut și birou separat acasă și îmi e mai ușor. Aloc *task-uri* altfel încât echipa să se încadreze în opt ore și să nu îi oblig să rămână peste program dacă nu este ceva foarte urgent” (R.A.).

Managerii din IT s-au axat pe îmbunătățirea programului de muncă, fie el fix sau flexibil, susținând că implementarea acestor programe este în beneficiul angajaților lor. Managerii din publicitate au întâlniri informale de relaxare cu angajații și colegii, programe de *wellbeing* și pun accentul pe organizarea sarcinilor pentru păstrarea unui volum de muncă rezonabil.

La întrebarea „Ați luat sau sugerat măsuri pentru îmbunătățirea echilibrului muncă-viață privată, atât pentru dvs. cât și pentru angajații / subordonații dvs., pe perioada lucrului de acasă?”, managerii din IT consideră că un program de lucru care le oferă angajaților posibilitatea de a-și gestiona *task-urile* de așa natură încât aceștia să nu se simtă copleșiți reprezintă o modalitate de a le menține echilibrul viață privată-viață profesională: „Nu am luat măsuri, dar avem ședințe o dată pe

săptămână să discutăm sau să rezolvăm *task*-urile importante, alocăm alte *task*-uri. Am încercat să nu facem ședințe prea dese și în general încercăm să le menținem sub o oră” (C.N.); „Atât timp cât toată lumea își face treaba, nu există limite de timp personal pe care și-l poate lua fiecare” (A.P.).

Majoritatea managerilor din publicitate au susținut că au pus accent pe echilibrul viață privată-viață profesională și și-au programat mesele, punându-și notificări la ore fixe, închiderea laptopului la finalul programului, și și-au stabilit să aibă un program de lucru echilibrat pentru evitarea *burnout*-ului, și-au făcut timp pentru activități fizice. Pentru subordonații lor, au limitat întâlnirile online și au ținut ședințe mai rar, în cadrul cărora au discutat despre lucruri urgente și importante, încercând să nu le alocă mai multe sarcini decât ar putea realiza în cele 8 ore de muncă și au stabilit de comun acord ora la care se transmit mail-uri sau poartă discuții. Prioritar pentru ei a fost însă să nu concedieze angajații, gândindu-se că este mai important în pandemie ca oamenii să aibă venituri, și abia apoi echilibrul între muncă și timp liber: „Pauza de masă programată în calendar, pentru a nu mai mânca pe tastatură. Închis laptop la oră decentă. Calibrat volum muncă care să poată fi susținut” (M.N.); „Am limitat timpul efectiv de lucru și mai ales timpul fiecărei întâlniri online (la 50 minute). Am lăsat să-și stabilească singuri termene rezonabile de predare a sarcinilor pentru a nu-i aglomera” (D.N.); „Prioritatea în pandemie a fost menținerea job-ului echipei, am luptat să nu dăm oameni afară, să aibă servicii medicale acoperite, să se investească în echipamente pentru *work from home* ok și abia apoi ... timpul personal” (R.A.); „*Close the laptop at 6 pm, no emails sent after 6, running, dog walking, walking in the park during lunch time* («Închis laptop la 6 seara, niciun email după ora 6, alergat, plimbat câțelul, plimbare în parc în timpul pauzei de masă», trad.n.)” (M.H.).

Managerii din IT și publicitate au pus accent pe menținerea unui program de lucru adaptat angajaților lor, au încercat să limiteze ședințele, iar cele importante au durat cel mult 50 de minute. Singura diferență dintre cele două sectoare este că managerii din publicitate au pus accent și pe echilibrul lor personal și și-au dezvoltat ritualuri de masă, de activități fizice și de închiderea programului de lucru pentru a se menține productivi și a avea randament pe termen lung.

La întrebarea „Ce impact a avut pandemia asupra organizației în care lucrați, v-a afectat în vreun fel?”, o treime din managerii din IT au susținut că pandemia le-a adus o creștere a veniturilor personale, au lansat produse noi în pandemie și au avut o creștere a vânzărilor. Mai mult, pandemia i-a ajutat să dezvolte o relație mai bună și mai deschisă cu colegii și cu subordonații lor: „Financiar, a fost mai profitabil datorită sectorului de activitate și cererii din piață” (C.N.); „Suntem o organizație construită la începutul pandemiei, deci cumva nu avem o raportare anterioară, dar văzând rezultatele obținute până acum, aș spune că ne-a mers bine” (C.G.). Ceilalți manageri au menționat că business-ul lor a avut de suferit, lăsând de înțeles că au fost afectați cel mai mult din punct de vedere financiar: „Da, 40 % scădere a cifrei de afaceri” (B.I.).

Majoritatea managerilor din publicitate au răspuns că pandemia le-a crescut veniturile organizației, prin prisma reducerii cheltuielilor, deoarece nu au mai plătit chiria, utilizabilele și tot ce ține de administrarea organizației, angajații lor au fost mai productivi și sănătatea lor a contat mai mult decât business-ul în sine. O parte din manageri au primit bonusuri pentru rezultatele obținute și per total impactul pandemiei a fost unul pozitiv pentru aceștia: „Organizația a fost avantajată. Mai puțini bani cu chiria, birouri și angajați mult mai productivi. Am fost chiar recompensată pentru un an fructuos” (M.N.); „Grija și protecția pentru angajați a devenit prioritară pe agenda companiei. Și ulterior impactul asupra ei. Nu a avut efecte atât de grave ca în alte sectoare” (M.H.); „Impactul a fost pozitiv, în cazul nostru, nu am suferit schimbări majore, am reușit să ne păstrăm toată echipa, am lucrat eficient” (A.M.). În doar două cazuri organizația a fost afectată, pentru că au încetat unele contracte, iar altele au avut nevoie de modificări ale termenelor de plată, deoarece organizațiile partenerie încercau să își mențină business-ul și propriii angajați, și abia apoi se ocupau de achitarea contractelor. Au fost stresați și din cauza banilor lichizi, iar pentru a supraviețui au apelat la reducerea salariilor tuturor: „Da, au scăzut foarte mult contractele sau chiar au fost încetate, iar termenele de plată au fost mărite” (D.N.); „Da, am avut mult stres pe *cash flow*, tăieri din venituri pentru continuitatea organizației” (R.A.).

DISCUȚII ȘI CONCLUZII

Pornind de la obiectivele specifice ale cercetării, vom prezenta pe scurt o comparație între opiniile angajaților și ale managerilor din cele două sectoare studiate.

Referitor la modul în care angajații și managerii din IT au lucrat în perioada pandemiei și la modul în care și-au gestionat raportul dintre viața privată și cea profesională în perioada lucrului de acasă: nu au lucrat peste program și au avut parte de echipamente pentru a lucra eficient. Erau deja obișnuiți cu lucrul *remote* și le-a fost ușor să lucreze de acasă, au apreciat faptul că nu mai pierd timpul în trafic, că au avut creșteri salariale și o comunicare bună cu echipa. Angajații și managerii din publicitate s-au adaptat treptat și au apreciat flexibilitatea programului, chiar dacă au lucrat peste program de cele mai multe ori, au observat creșteri ale volumului de muncă, care era deja mare și înainte de pandemie, și au apreciat lucrul de acasă, susținând că era o necesitate de dinainte de pandemie.

În ceea ce privește identificarea propunerilor / sugestiilor făcute de angajați pentru îmbunătățirea echilibrului muncă-viață privată pe perioada lucrului de acasă, în sectorul IT cea mai menționată și întâlnită metodă a fost ajustarea programului, urmată de stabilirea pauzelor, a încheierii programului, ajustarea timpilor de ședință, limitarea ședințelor strict la cele importante, axarea pe feedback, alocarea *task*-urilor în mod rezonabil și comunicare deschisă, aspecte menționate atât de

manageri, cât și de angajați. În sectorul publicitar s-au menționat în plus pauzele de cafea, de ceai, jocurile de echipă, implementarea programelor de *wellbeing* și *meeting-uri* cu psihologi, care însă nu au fost implementate decât parțial, mulți angajați susținând că nu s-a pus accent pe bunăstarea psihologică (fapt confirmat inclusiv prin declarația unor manageri, pentru care a fost mai important să le ofere un job și stabilitate financiară, și abia apoi echilibru emoțional).

Legat de cunoașterea efectului muncii de acasă asupra angajaților, respectiv managerilor din publicitate în perioada pandemiei, inclusiv a emoțiilor și sentimentelor resimțite, angajații din publicitate, comparativ cu managerii din publicitate, s-au confruntat cu “nevoia de a sta mereu online”, lucrat constant peste program, stări de anxietate, somnolență, oboseală, stres și *burnout*, în timp ce foarte puțini manageri au susținut că s-au simțit stresați și copleșiți de muncă. Ambele categorii au susținut că au comunicat bine, au fost eficienți și productivi de acasă și au apreciat flexibilitatea programului, deoarece puteau să ia pauze, să facă sport sau să gătească în timpul programului.

În IT, managerii au susținut că au lucrat puțin mai mult, au fost mai obosiți și mai stresați, însă se confirmă spusele angajaților, și anume că au fost productivi, au avut majorări salariale și a fost o experiență de lucru plăcută, aceștia din urmă susținând că s-au simțit mai puțin stresați, chiar mai „relaxați” în pandemie și mai echilibrați.

Ultimul aspect vizat a fost identificarea măsurilor luate de manageri pentru îmbunătățirea echilibrului muncă-viață privată pe perioada lucrului de acasă, atât pentru ei, cât și pentru angajații lor. Managerii din publicitate au susținut că este important echilibrul viață privată-viață personală și au implementat programe de *wellbeing*, pauze de cafea și de ceai online, au organizat jocuri în echipă pentru a menține echipa unită. Au menționat că încearcă să nu ofere prea multe *task-uri* angajaților pentru a nu pune o presiune suplimentară asupra acestora, lăsându-le și posibilitatea de a avea un program flexibil de lucru, eficacitatea și productivitatea lor angajaților fiind măsurate prin rezolvarea *task-urilor*; au limitat întâlnirile online și au ținut ședințe mai rar, în cadrul lor au discutat despre lucruri urgente și importante. Afirmațiile acestora se confirmă doar parțial, deoarece o mare parte din angajații din publicitate sunt nemulțumiți că au avut un volum mare de muncă, cu multe ore lucrate peste program și cu dificultăți în gestionarea timpului liber, susținând că superiorii nu pun accent pe echilibrul viață privată-viață profesională. Ei și-ar fi dorit o mai mare înțelegere din partea superiorilor și suport financiar, deoarece cheltuielile pentru curentul electric, internet sau diferite platforme au fost suportate de către ei.

Managerii din IT au susținut că și-au adaptat pentru subordonați programul de lucru, aceasta fiind și cea mai importantă măsură care, spun ei, i-a ajutat pe angajați să obțină echilibrul viață privată-viață profesională, apoi au gestionat cu grijă sarcinile pentru a nu fi copleșiți, și ulterior au diminuat timpii de întâlnire, limitând ședințele. Afirmația aceasta se confirmă: angajații din sectorul IT au

recunoscut că au avut un mediu de lucru mai puțin stresant, programul foarte bine stabilit, întâmplându-se foarte rar să lucreze peste program, chiar o parte din ei au lucrat mai puțin de 8 ore pe zi.

Potrivit unuia dintre studiile EY (2020), angajații își doresc o creștere a salariului sau o îmbunătățire a planurilor de recompensare prin bonusuri, pentru toate eforturile depuse de la declanșarea crizei sanitare; deși aproape jumătate dintre angajați consideră că le-a crescut productivitatea în această perioadă, organizațiile nu consideră necesare bonusurile sau creșterea salariilor. Aspect care se confirmă și în cadrul cercetării noastre: angajații din publicitate susțin că deși au lucrat mai mult și și-au dorit bonusuri pentru curent sau echipamente tehnice, salariul le-a rămas același. Managerii au pus pe primul loc stabilitatea locului de muncă și asigurarea salariului și nu au luat în calcul măririle salariale. Conform aceluiași studiu Ernst & Young, cei mai afectați de pandemie au fost cei cu copii mici, deoarece au lucrat cu dificultate, aflându-se în același spațiu cu copiii, cărora trebuie să le acorde și extra atenție și să facă *home schooling* cu ei; dar și cei care locuiesc singuri, deoarece lipsa socializării și a discuțiilor zilnice față-în-față cu colegii le-au lipsit și s-au simțit mai singuri și mai anxioși. S-a adăugat lipsa evenimentelor de echipă, a petrecerilor și a întrunirilor ca un alt efect negativ al pandemiei, toate aceste aspecte ale studiului EY fiind confirmate și de cercetarea noastră. Conform unui alt studiu (Dubey, Tripathi, 2020), la nivel global circa trei sferturi dintre angajați au avut un sentiment pozitiv față de munca de acasă, în timp ce doar un sfert au avut un sentiment negativ ca percepție față de experiența *work from home*, perspectivă ce se confirmă într-o anumită măsură și în urma cercetărilor efectuate de noi: experiența lucrului acasă a fost plăcută pentru toți respondenții, problemele fiind cauzate de pandemie în sine, și nu de sistemul de lucru.

BIBLIOGRAFIE

1. Boswell, W.R., Olson-Buchanan, J.B. (2007). The Use of Communication Technologies After Hours: The Role of Work Attitudes and Work-Life Conflict, *Journal of Management*, vol. 33, nr. 4.
2. Buciu, L. (2020). *Studiu: Suntem mai eficienți acasă, dar lucrăm mai mult. Cum organizăm timpul eficient*, <https://www.mediafax.ro/social/studiu-suntem-mai-eficienti-acasa-dar-lucram-mai-mult-cum-organizam-timpul-eficient-19755783>.
3. Clarke, M.C. (2004). The Work – Family Interface: Differentiating Balance and Fit, *Family and Consumer Sciences Research Journal*, vol. 33, nr. 2.
4. Chelcea, S. (2001), *Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative*, București: Editura Economică.
5. Doble, N., Supriya, M.V. (2010). Gender Differences in the Perception of Work-Life Balance, *Managing Global Transitions: International Research Journal*, vol. 8, nr. 4.
6. Dubey, A.D., Tripathi, S. (2020). Analysing the Sentiments towards Work-From-Home Experience during COVID-19 Pandemic, *Journal of Innovation Management* 8, 1, p. 13–19.
7. Ernst & Young România (2021). *Studiu EY România: Angajații români doresc un program de lucru mai flexibil, iar instabilitatea pieței muncii îi determină să nu își schimbe angajatorul*,

- https://www.ey.com/ro_ro/news/2021/01/studiu-ey-romania--angajaii-romani-doresc-un-program-de-lucru-ma.
8. Ernst & Young România (2020). *Studiul EY: Revenirea la muncă. Noile condiții: 60 % dintre angajatori consideră că afacerea lor se află într-o „mare dificultate” din cauza Covid-19*, https://www.ey.com/ro_ro/news/2020/10/studiul-ey--revenirea-la-munca--noile-conditii---60--dintre-anga.
 9. Eurofound (2020). *Living, working and COVID-19*, Publications Office of the European Union, Luxembourg.
 10. Grzywacz, J.G., Carlson, D.S (2007). Conceptualizing Work Family Balance: Implications for Practice and Research, *Advances in Developing Human Resources*, vol. 9, nr. 4.
 11. Grzywacz, J.G., Marks, N.F. (2000). Reconceptualizing the Work-Family Interface: An Ecological Perspective on the Correlates of Positive and Negative Spillover Between Work and Family, *Journal of Occupational Health Psychology*, Vol. 5, No. 1.
 12. Hoffmann-Burdzińska, K., Rutkowskab, M. (2015). Work life balance as a factor influencing well-being, *Journal of Positive Management*, Vol. 6, No. 4.
 13. Hipo.ro (2021). *Piața forței de muncă în 2021. Raport*, București, <https://www.hipo.ro/locuri-de-munca/vizualizareArticol/3086/Ce-cred-angajatorii-despre-piata-muncii-din-2021%3F>.
 14. Lunau, T. et al. (2014). A balancing act? Work-life balance, health and well-being in European welfare states, *The European Journal of Public Health*, vol. 24, nr. 3.
 15. Parker, C.C. (2008). *Generational differences in work life balance attitudes*, State University of New York at New Paltz, New York.
 16. Parasuraman, S., Simmers, C.A. (2001). Type of employment, work-family conflict and well-being: a comparative study, *Journal of Organizational Behavior*, vol. 22, nr. 5.
 17. Petrovai, D. (2006). *Eficiență în viața profesională și în cea personală*, București: Centrul Partener Pentru Egalitate.
 18. Richter, A. (2020). Locked-down digital work, *International Journal of Information Management* 102157.
 19. UAPR (Uniunea Agențiilor de Publicitate din România) (2021). *UAPR Survey. Working in times of Corona*, <https://www.iqads.ro/articol/55315/uapr-prezinta-rezultatele-studiul-working-in-times-of-corona>.
 20. Voydanoff, P. (2005). Toward a Conceptualization of Perceived Work-Family Fit and Balance: A Demands and Resources Approach”, *Journal of Marriage and Family*, vol. 67, nr. 4.
 21. Wiederhold, B.K. (2020). Connecting through technology during the coronavirus disease 2019 pandemic: Avoiding “Zoom Fatigue, in *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, Vol. 23, No. 7.

FORME DE LEGITIMARE A INEGALITĂȚILOR SOCIALE

GABRIEL-ALEXANDRU TOMA*

ABSTRACT

FORMS OF LEGITIMISING SOCIAL INEQUALITIES

The issue of social inequalities is imbued with numerous ideological, social and ethical connotations. From a sociological point of view, the phenomenon of social inequalities involves complex processes of social construction accomplished through institutionalized power structures and recurrent social practices. All of these are assimilated to multifaceted systems of legitimation. A system of social legitimation could be understood as an apparatus through which certain aspects of the social order are stabilized and activated, hence allowing manifestations of power and social influence through particular mechanisms of resource allocation. This paper theoretically overviews four modes through which social inequalities are socially legitimated: (1) political ideologies as repertoires of governmental interventionism, (2) institutionalized systems of opportunity and meritocracy, (3) ethical cultures of fairness and equity and (4) class consciousness through intersubjective beliefs and values.

Keywords: social inequalities; systems of legitimation; political ideologies; social institution.

INTRODUCERE

Inegalitățile sociale reprezintă un fenomen ce marchează sfera vieții sociale în profunzime, și ca atare, temele asociate acestora au stârnit un interes deosebit în domeniul științelor sociale și politice. Inegalitățile sociale ajung să fie parte componentă a mai multor forme de organizare, ajung să fie prezente în mai multe practici și modelate de mai multe instituții, la mai multe niveluri sociale. Inegalitatea socială este un produs al formelor de manifestare a puterii, rezultând din urma faptului că membrii societății acceptă un sistem de putere ca fiind legitim chiar dacă nu beneficiază de pe urma lui. Astfel, sistemele de susținere a

* National University of Political Studies and Public Administration; Association for Social Entrepreneurship "Plus One" (<https://www.socialplusunu.ro/>), e-mail: tomagabriel2003@gmail.com.



legitimității inegalității sociale explică declinul unor regimuri politice sau sociale, iar înțelegerea acestora presupune acoperirea mai multor aspecte ale realității.

Această lucrare face parte dintr-un demers teoretic prin intermediul căruia îmi propun să răspund următoarelor întrebări: 1. Ce se înțelege prin „proces de legitimare a inegalităților sociale”? 2. În ce fel și în ce condiții se produce „legitimarea inegalităților sociale”? și 3. În ce fel anumite instituții sociale asigură legitimitate inegalităților sociale? În acest context, sunt aduse în discuție conceptele de „inegalitate socială” și cel de „proces de legitimare”, punctând câteva dintre formele prin care realitatea inegalităților sociale este abordată în spectrul mai larg al studiilor sociologice și politice.

TEMA INEGALITĂȚII SOCIALE CA PRODUS AL INDIVIDUALIZĂRII

Pe de o parte, termenul de inegalitate socială a fost utilizat în sens operațional pentru a desemna „diferențele sociale” existente între indivizi în raport cu caracteristicile lor individuale. Gânditorii secolului al XVIII-lea au asimilat inegalitățile sociale unor tipuri naturale sau morale. De exemplu, conform abordării lui Jean-Jacques Rousseau, diferențele naturale rezidă din caracteristicile înnăscute care îi diferențiază pe membrii societății unii de alții și pe care indivizii nu le pot controla. În schimb, diferențele morale sunt acele diferențe care există ca urmare a convențiilor sociale: acestea sunt supuse transformării și pot lua forme diferite în funcție de normele sau regulile acceptate în cadrul societății (Rousseau, 2018). Cu toate acestea, s-a constatat că și diferențele care erau considerate naturale sunt supuse unui proces de construcție socială, că sunt un rezultat al convențiilor sociale, și de aceea distincția dintre diferențele naturale și cele morale nu se mai susține în contextul societății actuale (Walker, 2014). Ca atare, inegalitățile sociale apar ca fenomen ce prinde contur prin procesele de construcție socială și suportă multiple transformări în funcție de contextul istoric, cultural și politic în care se manifestă.

Pe de altă parte, termenului de inegalitate socială îi este atribuită o componentă valorică, fiind definit în termenii evaluării materiale sau simbolice a bunurilor de care membrii societății dispun sau a acțiunilor pe care indivizii le pot realiza. În acest caz, termenul de „inegalitate socială” a fost echivalat uneori cu cel de „stratificare socială”, pentru a desemna poziția pe care un individ o ocupă pe scara socială în termeni de prestigiu sau influență, în termeni de dominare sau subordonare, în termeni de inferioritate sau superioritate. Talcott Parson consideră că există trei dimensiuni care stau la baza sistemelor de stratificare socială și în funcție de care pot fi apreciate diferențele dintre indivizi (Parsons, 2005). Aceste trei dimensiuni sunt considerate a fi reprezentate de calități, performanțe și bunuri. Astfel, calităților, performanțelor sau bunurilor le este atribuită o valoare simbolică ce încadrează indivizii într-un sistem de status-roluri. Așadar, poziția unei persoane în structurile sociale este echivalentă poziției pe care o ocupă în raport cu structurile de inegalitate socială existente în acea societate.

Cei mai mulți specialiști în domeniul științelor sociale apreciază că inegalitatea nu este doar un fenomen economic, ci și un fenomen sociologic, psihologic sau filosofic, aceasta pentru că implică judecăți de valoare între ceea ce este bine și rău, între ceea ce este drept și nedrept, corect sau incorect (Weisskopf, 1973). Inegalitatea socială se manifestă la mai multe niveluri sociale: în familie, în școală, în organizații, în comunitate, dar și în societate la nivel național sau chiar global. În plus, inegalitățile existente la mai multe niveluri sociale sunt inter-relaționate: „inegalitățile care se manifestă la un anumit nivel pot afecta modul în care inegalitățile se manifestă la un alt nivel” (Walker, 2014, p. 355).

Walter Weisskopf (1973) consideră că tema inegalității este una care are implicații foarte importante pe plan social pentru că pune în balanță două aspecte care caracterizează condiția umană care este înclinată atât spre comuniune sau solidaritate (perspectivă care favorizează sisteme bazate pe egalitatea socială), cât și spre distincție socială sau afirmarea individualității (perspectivă care favorizează sisteme bazate pe inegalitatea socială). În acest sens, un sistem bazat pe egalitate socială ar răspunde unei nevoi intrinseci de acceptare socială, în timp ce un sistem bazat pe inegalitate socială ar corespunde unei nevoi intrinseci de afirmare socială. Ca urmare a faptului că ambele nevoi (cea de acceptare, dar și cea de afirmare) se manifestă concomitent, societăților le este foarte dificil să construiască un sistem al diferențelor sociale care să contribuie la îndeplinirea ambelor deziderate. Din acest motiv, se consideră că tema inegalităților sociale reprezintă o preocupare esențială pe plan colectiv și stârnește reacții emoționale pe plan individual.

Cu toate acestea, se pare că tema inegalităților sociale a ajuns să fie relevantă într-un context istoric și social specific, context care se leagă de un proces de individualizare care face ca individul să-și conștientizeze unicitatea și separarea de comunitate (Weisskopf, 1973). În alte momente ale istoriei, inegalitățile sociale nu erau considerate opresive pentru că se considera că erau înscrise într-o ordine naturală (cu origini care nu puteau fi contestate). Abia după ce ordinea naturală a fost pusă sub semnul întrebării, s-a produs individualizarea, iar inegalitățile au ajuns să fie conceptualizate ca o problemă socială (Giddens, 1990). Cu alte cuvinte, în alte condiții istorice nu exista o conștientizare a inegalităților și problema egalității nu era relevantă, dar odată ce individul a ajuns să se vadă pe sine ca desprins de societate, inegalitățile de status, putere sau bogăție au ajuns să genereze rezistență socială.

Procesul de individualizare asimilat modernității a condus la o conștientizare a faptului că inegalitățile sociale nu reprezintă un element produs de caracteristicile individuale înnăscute, ci de caracteristicile care primesc semnificație pe plan social. Ca atare, individualizarea a condus la o conștientizare a faptului că inegalitățile sociale pot fi menținute doar de structurile de putere și instituțiile existente, în urma unui proces de legitimare a unor relații de putere, dominare sau autoritate.

LEGITIMAREA CA PROCES DE VALIDARE SOCIALĂ A RELAȚIILOR DE PUTERE

Pe parcursul lucrării, mă refer la legitimare ca la un proces prin care sistemele de inegalitate socială devin sisteme stabile, mai exact sisteme pe care oamenii le asumă ca parte a unei ordini sociale pe care o iau ca de la sine înțeleasă. În acest caz, trebuie avut în vedere rolul indivizilor, grupurilor sociale, al structurilor guvernamentale sau al instituțiilor în asigurarea legitimității unei anumite ordini sociale bazate pe un anumit sistem de alocare și distribuire a resurselor. Așadar, sensul atribuit conceptului de legitimare este unul restrâns, dar obiectul legitimării poate fi unul mai larg, putând fi reprezentat de autoritate, politici, norme, convingeri (Tyler, 2006). Prin legitimarea unei ordini sociale bazate pe inegalități înțeleg modul în care la nivelul unei forme de organizare ce are la bază un regim de relații sociale se asigură statutul unui grup ca fiind formațiunea socială îndreptățită să își exercite puterea.

Legitimarea sistemelor de inegalitate socială se află în strânsă relație cu legitimarea formelor de manifestare a influenței sau puterii sociale. Influența socială este astfel considerată a fi „o schimbare în credințele, atitudinile și comportamentele unei persoane (ținta influenței), [care] rezultă dintr-o acțiune a unei alte persoane (agentul influenței)” (Raven, 2008, p. 1). Astfel, puterea socială este un potențial de manifestare a influenței, ce implică două părți: ținta influenței (partea influențată) și agentul influenței (partea care influențează).

Pentru a explica un astfel de proces, Bertram Raven (2008) ia în calcul șase baze ale manifestării puterii:

1. puterea manifestată prin capacitatea informațională: posibilitatea agentului influenței de a asigura o raționalitate a directivelor pe care le dă;
2. puterea manifestată printr-un sistem de recompensare: interesul față de obținerea unor beneficii ce rezultă din supunere;
3. puterea manifestată printr-un sistem de coerciție: interesul față de evitarea unor sancțiuni în cazul nesupunerii;
4. puterea manifestată prin legitimare: influența ce derivă din acceptarea dreptului unui agent de a-și manifesta influența;
5. puterea manifestată prin expertiză: influența ce derivă dintr-un acces privilegiat la cunoaștere care delegă un anumit grup pentru a lua decizii;
6. puterea manifestată prin referință: situația în care agentul influenței este văzut ca un model de rol de către ținta influenței.

De interes pentru scopul acestei lucrări este puterea manifestată prin legitimare. Cu toate acestea, în realitate se observă că formele de manifestare a puterii nu sunt mutual exclusive, și că un sistem de recompense sau sancțiuni poate face parte deopotrivă dintr-un sistem de manifestare a puterii prin legitimare. Situația este similară și dacă raportarea se face la celelalte forme de manifestare a puterii. De remarcat este, în schimb, că fiecare dintre formele de manifestare a

puterii joacă un rol transformativ atât asupra țintei influenței, cât și asupra agentului influenței, fiecare dintre aceste două părți ajungând să se raporteze diferit la societatea în care trăiește. În plus, la un moment dat, obiectul influenței poate exercita rezistență și de aceea fiecare dintre aceste forme pot fi eficiente într-un context, dar mai puțin eficiente în altul.

Termenul de legitimare a fost utilizat cu mai multe sensuri. În primul rând, legitimarea este văzută atât ca stare atinsă în urma unor acțiuni sociale, cât și ca proces de creare și menținere a unei ordini sociale (Walker, 2014, p. 354). Legitimarea presupune consolidarea unor mecanisme care asigură sustenabilitatea unei forme de organizare socială, susținând astfel anumite sisteme culturale, instituții sociale sau favorizând un grup de indivizi. Pentru aceasta, este necesar un proces de validare a regulilor care guvernează acțiunile și semnificațiile sociale atribuite acelor acțiuni, validare prin intermediul căreia elemente din sistemul social ajung să capete o valoare obiectivă și astfel să influențeze experiența subiectivă (Walker, 2014). Henry Walker (2014) consideră că legitimarea este un „mod de a face legătura între perceperea subiectivă și realitatea externă”, „un mod prin care un element ajunge să fie construit ca parte a realității obiective” (Walker, 2014, p. 360).

Legitimarea mai este considerată a fi un mecanism prin intermediul căruia oamenii ajung la o formă de asumare a realității (Troyer, 2011 citat de Walker, 2014). Astfel, legitimarea se referă la un aspect care este introdus ca parte a realității sociale și care este făcut posibil prin reguli sau reglementări, ce implică o „aprobare normativă a stratificării” (Fave, 1986 citat de Taylor-Stuphin & Simpson, 2009). Așadar, ca sistem normativ, legitimarea este un mod de a da sens puterii în diferite contexte (Luckmann, 1987), fiind axat pe o „acceptare a unei stări a lucrurilor ca fiind cea potrivită sau ca fiind cea care trebuie să fie” (Taylor-Stuphin & Simpson, 2009, p. 609). Cu alte cuvinte, legitimarea presupune o încadrare a unui obiect ca fiind adecvat, fapt ce derivă dintr-o acceptare a puterii în viața socială. Legitimarea are ca rezultat un tip specific de influență socială bazat pe ceea ce oamenii consideră că este în conformitate cu o stare dezirabilă a lucrurilor. Fiind aflată în strânsă relație cu adecvarea, legitimarea reprezintă procesele prin care indivizii ajung să asigure un suport social pentru instituții sau autorități care vin în opoziție cu interesul lor personal.

Dintr-un alt punct de vedere, legitimarea este definită ca „o proprietate a autorității, instituțiilor sau aranjamentelor sociale care face ca cei care sunt afectați de o anumită formă de organizare să creadă că aceasta este potrivită, corespunzătoare și justă” (Tyler, 2006, p. 375). În acest caz, legitimarea rezultă dintr-un proces de atribuire a cauzelor pentru anumite rezultate. De exemplu, un sistem de inegalitate socială este legitimat în momentul în care cauzele pentru eșec sau succes sunt considerate a fi de natură individuală și intrinsecă, fără a fi considerată și influența sistemelor de organizare socială (Tyler, 2006)

Legitimarea este un fenomen omniprezent, care poate fi definit doar în relație cu o realitate socială care devine obiectul legitimării: „Pentru a putea spune că un fenomen sau regim, cum ar fi inegalitatea rasială, este legitim trebuie ca acesta să fie considerat un fapt obiectiv care a obținut cel puțin, o minimă recunoaștere consensuală și este în consonanță cu elementele legitimize de deja recunoscute și alte elemente legitimize într-o anumită situație” (Walker, 2014, p. 371).

Un obiect sau proces ajunge să fie legitim dacă „este guvernat de reguli și dacă regulile sunt baza unor sancțiuni (sau un suport al sancțiunilor) în cazul abaterilor de la ele” (Walker, p. 357). Legitimarea presupune așadar construirea unui cadru normativ, asigurat de acte legale sau de instituții sociale, care contribuie la stabilirea unei stări a lucrurilor pe plan social. Legitimarea creează un „simț al obligației” ce se manifestă într-un spațiu în care se definește dezirabilitatea socială. Legitimarea se produce, înainte de toate, printr-o complianță a oamenilor față de sistemul de reguli, norme sau reglementări. Aceasta înseamnă că legitimarea derivă dintr-o orientare pe care indivizii o adoptă în viața de zi cu zi față de regulile ce ghidează societatea. Prin atitudinea adoptată de indivizi, un anumit cadru de reglementare a acțiunii ajunge să capete suportul social necesar. În acest context, nu trebuie să se piardă din vedere faptul că persoanele aflate în poziții privilegiate au o putere mai mare de a crea instituții sau structuri care să mențină o anumită stare a lucrurilor. De aceea, discuția despre legitimare nu poate fi desprinsă de tema inegalităților sociale.

Procese de legitimare nu au doar funcții normative, ci și evaluative sau instrumentale, aceasta pentru că în general regulile au funcții evaluative și instrumentale. Legitimarea are o componentă morală pentru că un sistem de legitimare „justifică ceea ce este un obiect prin ceea ce ar trebui să fie” (Luckmann, 1987, p. 111), fiind astfel orientat atât spre prezent, cât și spre viitor și fiind conturat în termenii a ceea ce este dezirabil pe plan social. Aceasta se explică prin faptul că diferite ordini sociale devin legitime dacă sunt valide și dacă modelează acțiuni care beneficiază de aprobare socială. Legitimarea presupune un proces de validare socială ce reprezintă acceptarea unor norme, valori, credințe, explicații, moduri de operare drept modele dezirabile de acțiune și ca elemente care guvernează acțiunile individuale sau colective (Walker, 2014).

Deținerea puterii nu este suficientă pentru exercitarea influenței, ci este necesar ca puterea să fie considerată legitimă, ceea ce înseamnă că acceptarea voluntară a puterii este esențială (Tyler, 2006). Legitimarea presupune auto-reglementare, ceea ce înseamnă că normele și valorile devin părți constitutive ale sistemelor motivaționale ale indivizilor (*ibidem*). De asemenea, se consideră că procesele de legitimare a puterii se manifestă mai ales în contextele de lipsă a resurselor, de criză sau conflict (*ibidem*).

Teoria Dornbusch-Scott susține că procesul de legitimare se bazează pe patru tipuri de practici: practici de validare, practici de autorizare, practici de susținere și practici de asumare individuală. Aceasta înseamnă că procesele de legitimare

operează simultan la nivel colectiv și individual. La nivel colectiv, legitimarea se produce prin elementele constitutive ale regimului, iar la nivel individual prin evaluările fiecărui cetățean care poate aproba sau dezaproba elementele constitutive ale regimului (Walker, 2014). Orice structură de putere operează asupra structurii motivaționale și a atitudinilor adoptate de indivizi, ceea ce face ca indivizii să se supună influenței din diferite motive. Teoria Dornbusch-Scott este relevantă pentru că unifică perspectivele macrosociale și cele microsociale, arătând că un sistem de putere se manifestă dacă primește autorizare atât din partea unor structuri guvernamentale, cât și din partea publicului.

În anumite condiții, o ordine socială este legitimată și dacă nu primește suportul popular. În viziunea lui Henry Walker (2014), aceste condiții sunt următoarele: consonanță (consolidarea unui sistem coerent de norme care să nu vizeze reglementări aflate în opoziție una cu alta), obiectivare (transpunerea normelor în elemente ale realității sociale care să capete o formă obiectivă), imparțialitate (capacitatea de a susține un principiu al interesului colectiv, nu al celui individual) și consens (absența unor situații care să pună la îndoială capacitatea sistemului) (Walker, 2014). Mai mult decât atât, absența opoziției poate duce la întărirea autorității și la susținerea unor măsuri ale aparatului guvernamental.

Un sistem politic ajunge să fie influent în măsura în care reușește să cultive un simț al legitimității: „un sistem politic sau social și autoritățile sau instituțiile lui sunt legitime atunci când ajung să fie privite ca potrivite din punct de vedere normativ și moral de oamenii din sistem” (Tyler, 2006, p. 378). Aceasta se bazează pe o corectitudine percepută a modului în care autoritățile iau decizii, ceea ce presupune forme prin care puterea este instituționalizată politic și strategii prin care se asigură complianța (*ibidem*).

MECANISME DE LEGITIMARE A INEGALITĂȚILOR SOCIALE

Analiza pe care se bazează această lucrare pornește de la o înțelegere a societății ca sistem de relații de putere și de exercitare a controlului social, înglobând un ansamblu format din grupuri dominante și grupuri subordonate. Așadar, la nivelul fiecărei societăți funcționează un aparat de dominare ce structurează relațiile sociale. Acest aparat de dominare este menținut în măsura în care grupurile care dețin puterea reușesc să ofere, în mod constant, rațiuni acceptabile social sau motivații credibile pentru obediență, complianță și supunere, prin punerea în funcțiune a unor mecanisme de legitimare (Weber, 1978). În plus, conform unei alte perspective teoretice, legitimarea inegalităților sociale este explicată prin procesele de reproducere culturală (Bourdieu & Passeron, 1990). Atât sistemul de educație formală, cât și mediul familial constituie spații în care se cultivă un simț al autonomiei și se formează anumite scheme perceptive care sunt transpuse în comportamentele rutiniere (Bourdieu, 1996). Aceste comportamente

rutiniere constituie habitusul social, manifestat ca set de dispoziții dobândite prin procesul de socializare, reprezentând factorul esențial care contribuie la menținerea inter-generațională a ierarhiilor sociale în diferite sfere ale acțiunii și puterii (Bourdieu, 1977). În acest sens, legitimitatea inegalităților sociale se asigură prin circuitele de conversie a capitalului cultural în capital economic (Bourdieu, 1986).

De asemenea, sunt avute în vedere două clasificări ale legitimității. Prima îi aparține lui Max Weber, care distinge între legitimitate bazată pe autoritate tradițională (ce derivă din tradiție), legitimitate bazată pe autoritate carismatică (ce derivă din caracteristici individuale considerate extraordinare) și legitimitate bazată pe autoritate rațional-birocratică (ce derivă din aplicarea unor proceduri sau coduri de conduită) (Weber, 1978). O altă clasificare îi aparține lui Betram Raven (2008): legitimitate bazată pe afirmarea poziției (influență ce derivă din ocuparea unei poziții superioare într-o structură formală sau informală), legitimitatea bazată pe reciprocitate (influență ce derivă din obținerea unor beneficii de ambele părți), legitimitatea bazată pe echitate (influență derivată dintr-o practică ce are un caracter compensatoriu) și legitimitatea bazată pe responsabilitate (influență derivată din aspecte ce susțin moralitatea) (Raven, 2008).

Mai mult decât atât, un sistem de autoritate ajunge să fie legitim dacă sunt îndeplinite următoarele condiții: „1. se dobândește și se exercită după reguli stabilite (legalitate); 2. regulile sunt justificabile conform credințelor acceptate social care definesc, pe de o parte, sursele adecvate de autoritate și, pe de altă parte, scopurile și mijloacele adecvate de guvernare (justificabilitate normativă) și 3. pozițiile de autoritate sunt confirmate prin consimțământ sau recunoscute direct de către subordonați sau de către alți actori semnificativi (legitimare)” (Beetham, 2004, p. 110). Astfel, un deficit de legitimitate poate apărea în condițiile unei anomii instituționale, ale schimbărilor culturale și ale diviziunilor sau conflictelor sociale (Beetham, 1991).

Ținând cont de toate aceste considerații, analiza pornește de la observația conform căreia o relație de putere nu ajunge să fie legitimată doar pentru că oamenii cred în legitimitatea ei. O relație de putere devine legitimă prin prisma faptului că poate fi articulată o justificare a existenței sale în termenii sistemului de credințe (Beetham, 1991, p. 11). Ca atare, în cele ce urmează, legitimarea este înțeleasă ca funcție a repertoriilor interpretative prin care indivizii înțeleg realitatea și dau sens lumii în care trăiesc, fiind consolidată prin procese de validare socială și mai puțin prin evidențe factuale.

IDEOLOGIILE POLITICE CA SISTEME JUSTIFICATIVE ALE (NON)INTERVENȚIONISMULUI GUVERNAMENTAL

Printre mecanismele de legitimare a inegalităților sociale se numără ideologiile politice înțelese ca sisteme justificative ce definesc regulile de distribuire a resurselor în funcție de anumite standarde considerate a fi cele mai

adecvate. Noțiunea de ideologie politică nu este utilizată exclusiv în sensul peiorativ al termenului, ci pe parcursul acestei lucrări ideologiile sunt considerate ca reprezentând „fenomene sociopolitice care se regăsesc inevitabil într-o societate” (Loewenstein, 1953, p. 689). Așadar, în general, ideologia înglobează „un mod de a gândi, un sistem de valori, un set de presupoziii și credințe care afectează percepția realității” (Pandey *et al.*, 1982, p. 327), iar ideologia politică, în particular, definește „un ansamblu cognitiv difuz ce se transpune într-un sistem stabil de credințe, prin care pot fi explicate atitudinile pe care oamenii le adoptă față de viață și față de existența lor în societate, dând naștere unor modele de comportament și tipuri de acțiuni ce susțin anumite forme de manifestare a controlului social” (Loewenstein, 1953, p. 691).

Ideologiile politice definesc acțiunile care sunt permise de sistemele guvernamentale. Ideologiile se află la baza instituțiilor, care la rândul lor determină modul și limitele în care aparatul de stat poate acționa în vederea exercitării puterii politice și instituirii unor forme de control social. Din acest punct de vedere, ideologiile sunt înțelese ca elemente constitutive ale unor regimuri politice sau modele de guvernământ ce susțin o anumită implicare a aparatului de stat în circuitul de manifestare a puterii într-o societate, ceea ce înseamnă că factorul ideologic joacă un rol important în formarea și operarea sistemelor politice.

Instituțiile politice reflectă ansamblurile ideologice predominante într-o anumită societate și răspund la imperativele create de acestea. De exemplu, ideologiile de stânga atribuie un rol mai puternic statului, în timp ce ideologiile de dreapta pun un mai mare accent pe acțiunile individuale. Unele ideologii prevăd instituirea unui sistem de protecție socială format din structuri care să protejeze grupurile aflate în poziții de vulnerabilitate socială, în general având la bază o serie de principii umanitare (Weisskopf, 1973). Conform altor perspective ideologice, piața liberă este considerată un sistem de alocare a resurselor, iar intervenția guvernelor nu este considerată legitimă. În acest caz, se consideră că inegalitatea socială asigură beneficiul stabilității sociale și politice, pentru toate grupurile sociale, indiferent de poziția lor în sistemul de ierarhii sociale.

Orientările ideologice sunt cele care definesc ce anume reprezintă autonomia, agentivitatea și răspunderea; prin afilierea ideologică membrii societății ajung să împărtășească o viziune comună despre sine și viață (Pandey *et al.*, 1982). De aceea, ideologiile politice nu reprezintă simple sisteme justificative ale intervenționismului statal, ci sunt sisteme complexe de semnificare ce modelează forme de conștiință și concepții asupra lumii. Natura afilierilor ideologice reprezintă un element semnificativ în formarea unor percepții asupra realității sociale. Fiecare ideologie conține un ansamblu de semnificare, înțeles ca set de concepte, percepte și construcții ce sunt valorizate într-un anumit fel și cărora li se atribuie sens specific. Afilierea la un anumit sistem ideologic presupune interiorizarea acestui ansamblu de semnificare.

Așadar, ideologiile nu presupun doar o raportare la valori de ordin politic, ci integrează repertorii conceptuale cu valențe economice, religioase, morale, subscrise unor mecanisme de sistematizare a valorilor în viața socială. Înțeleg în sens larg, ideologiile condiționează gândirea politică și pot genera veritabile acte creative prin introducerea, contestarea sau devalorizarea unor concepte și prin stabilirea unor noi scheme cognitive (Finlayson, 2012). Fiecare ansamblu ideologic conține anumite constructe (exemplu, bunăstarea generală, binele comun, securitate economică) sau valori (autonomie, responsabilitate, răspundere) care nu sunt altceva decât instrumente aduse în sprijinul unor aspirații de legitimare a puterii.

Cu toate acestea, nu orice înțelesuri sociale constituie ansambluri ideologice, ci doar acelea care sunt asimilate de mase, doar acelea la care masele sunt receptive și care sunt capabile să mobilizeze masele (Loewenstein, 1953). Ansamblurile ideologice devin legitime doar în măsura în care pun în funcțiune aparate de diseminare a sistemelor de semnificare, dezvoltă metode stabile de promovare a sistemului valoric și creează construcții ale acceptabilității sociale (Loewenstein, 1953). Karl Loewenstein (1953) consideră că, pentru a fi legitimă, o ideologie trebuie să conțină un ansamblu de semnificare orientat spre un set consistent de valori. Acest set de valori trebuie să poată fi comunicat cu ușurință maselor și să poată fi susținut de un sistem de credințe acceptate la scară largă, nerămânând așadar apanajul strict al unui grup elitist sau de inițiați (Loewenstein, 1953, p. 691).

Fiecare dintre ansamblurile ideologice permite stabilirea unei relații între individ și societate care balansează sau contra-balansează interesele individuale și cele colective, creând un raport între acestea (Pekelis, 1943). Ca atare, ansamblurile ideologice oferă definiții ale bunăstării generale și propun metode prin care aceasta poate fi atinsă. Ansamblurile ideologice sunt sisteme de gândire și filosofii politice care definesc modurile adecvate de problematizare a actului de guvernare, care stabilesc formele prin care poate fi asigurată recunoașterea autorității, care contribuie la formularea de moduri de înțelegere a condițiilor bunăstării și care stabilesc ierarhia valorică implicată în procesul de luare a deciziilor (Blattberg, 2001).

Sistemele ideologice nu sunt stabile și imuabile, ci elementele care le compun permit ca sistemele de semnificare să se afle într-o continuă transformare și se dezvoltă în funcție de context. Sistemele ideologice sunt modelate de evenimente externe și se adaptează la acestea pentru a deveni sustenabile și legitime. De aceea, ideologiile pot funcționa în două direcții: 1. spre schimbarea ordinii sociopolitice existente, semnalând distribuția inechitabilă a resurselor și contestând relațiile de putere; sau 2. spre conservarea ordinii sociopolitice existente, prin invocarea unor interese și consolidarea unor mecanisme instituționale pentru apărarea acestor interese.

Ansamblurile ideologice fac parte dintr-o cultură politică și sunt incluse într-un întreg sistem simbolic, reprezentând o modalitate de poziționare în raport cu anumite instanțe guvernamentale, jucând un rol semnificativ în atribuirea responsabilității față de bunăstarea individuală sau colectivă. Ansamblurile

ideologice sunt sisteme de gândire și filosofii politice care definesc modurile adecvate de problematizare a actului de guvernare, care stabilesc formele prin care poate fi asigurată recunoașterea autorității, care contribuie la formularea de moduri de înțelegere a condițiilor bunăstării și care stabilesc ierarhia valorică implicată în procesul de luare a deciziilor (Blattberg, 2001).

INSTITUȚIONALIZAREA SISTEMELOR DE OPORTUNITATE ȘI A UNEI CULTURI A MERITOCRAȚIEI

Meritocrația reprezintă „idealul unei societăți în care șansa fiecărei persoane de a accede la poziții sociale privilegiate și de a beneficia de avantajele ce derivă din ocuparea acestora depinde în totalitate de propriul ei talent și efort” (Miller, 1996, p. 277). Similar, meritocrația este înțeleasă ca sistem în care recompensele, beneficiile sau privilegiile sunt acordate în funcție de criteriile de productivitate, și nu în baza unor criterii arbitrare stabilite în baza obedienței sau intereselor personale (Drakopoulos & Karayiannis, 1999). Așadar, meritocrația ajunge să fie definită în opoziție cu nepotismul și clientelismul, acestea din urmă fiind înțelese ca fenomene ce apar ca urmare a unei slabe funcționări a instituțiilor pe fondul anomiei sociale. La nivelul unui sistem meritocratic, funcționează o serie de așteptări privind modul în care sunt distribuite pozițiile sociale. Aceste așteptări se formează în baza unor specificări ale condițiilor de oportunitate și în baza stabilirii unor criterii ale dezabilității sociale (Norman, 2010).

Sistemele meritocrate pot fi de mai multe feluri: sisteme bazate pe meritocrație divină, sisteme bazate pe meritocrație economică, sisteme bazate pe meritocrație educațională și sisteme bazate pe meritocrație morală (Weisskopf, 1973). Walter Weisskopf (1973) arată că în sistemele aristocratice, oamenii făceau parte dintr-un grup privilegiat sau neprivilegiat în funcție de ceea ce erau prin naștere, nu în funcție de ceea ce deveneau sau realizau pe parcursul vieții. Industrializarea a modificat acest mod de gândire și a introdus un sistem de recompensare a capacității oamenilor de a obține resursele care sunt valorizate din punct de vedere social. Dacă, într-un regim aristocratic, meritul era definit pe criteriile apartenenței la un grup (oamenii nu își pot schimba poziția socială), într-un sistem capitalist a fost consolidat un regim în care se consideră că oamenii își pot schimba poziția socială pe baza realizărilor și performanțelor proprii: statusul atribuit a fost înlocuit de statusul dobândit. Revoluția Franceză a atacat sistemul de inegalități bazate pe statusul atribuit, dar a condus la conturarea unui alt sistem de inegalități. În acest sistem, sistemul de inegalități economice a ajuns să fie justificat printr-o alocare diferențiată a valorii muncii (meritocrație economică). Cu toate acestea, s-a constatat că un astfel de sistem poate fi considerat meritocratic numai în măsura în care se creează o egalitate de oportunități, aceasta pentru că inegalitățile nu reprezintă un rezultat al meritului, întrucât există diferențe între

resursele inițiale de care dispun indivizii. Ca răspuns la această observație, a fost conturat un sistem bazat pe meritocrație educațională, în care meritul a ajuns să fie definit nu prin performanțele economice, ci prin cele intelectuale. Indiferent de tipul de sistem avut în considerare, meritul este criteriul în funcție de care se valorizează pe plan social contribuțiile individuale (talentul, abilitățile).

Dincolo de aceste lucruri, sistemele meritocratice moderne sunt sisteme care permit o mobilitate socială care apare în momentul în care statusul socioeconomic al copiilor (definit prin venit, ocupație, clasă socială) nu este corelat cu statusul socioeconomic al părinților (Willetts, 2006). În astfel de sisteme meritocratice sunt consolidate o serie de oportunități care permit mobilitatea pe scara socială și diminuează importanța originii familiale în definirea statusului social. În sistemele meritocratice se consideră că abilitățile și eforturile individuale sunt mai importante în determinarea statusului social și a apartenenței sociale decât originea, descendența sau condițiile socioeconomice de viață. Ideologiile intervenționiste prevăd și asigurarea unor oportunități educaționale sau de integrare pe piața muncii. De exemplu, structurile deschise și democratice de educație sunt înțelese ca un sprijin al mobilității ascendente pe scara socială (Brint & Karabel, 1989), în timp ce sistemele de educație stratificate cresc inegalitatea socială într-o mai mare măsură decât sistemele deschise, finanțate din fonduri publice. În sistemele stratificate, educația contribuie la o socializare într-un sistem bazat pe inegalitățile de clasă. Aceasta pentru că educația reprezintă nu doar un cadru de reflectare asupra egalităților sau inegalităților sociale, cât și un cadru de constituire a lor (*ibidem*).

Barierile în constituirea unor sisteme meritocratice derivă din puterea tradiției, din setul de prejudecăți sau din inclinația de a acorda favoruri celor apropiați (Miller, 1996). Cu toate acestea, astfel de probleme pot fi combătute prin intervenții asupra procesului educațional, prin instituirea unor cadre legislative adecvate sau prin transformări instituționale. În plus, procesul de socializare primară contribuie la definirea posibilităților de dezvoltare și la cultivarea unor mecanisme de sesizare a oportunităților, ceea ce modelează activ procesele de excluziune socială. De aceea, se consideră că meritul este distribuit diferențiat, fiind necesare intervenții în interiorul familiei pentru a schimba sistemul normativ, ceea ce ar fi inacceptabil într-o societate liberală modernă (Willetts, 2006). Ca atare, fundamentarea unui sistem meritocratic presupune nu doar eliminarea unor bariere instituționale, ci și a unor obstacole de ordin psihologic (Walton *et al.*, 2013).

Nu doar sistemele egalitariste, ci și sistemele meritocratice sunt legitimate ca urmare a faptului că beneficiază de susținere populară. Pentru aceasta o mare parte dintre teoreticienii inegalității sociale atrag atenția asupra faptului că o societate care funcționează pe principii egalitariste evoluează spre a fi mai nefuncțională decât una care acordă prioritate principiilor meritocratice. Societățile egalitariste sunt considerate a fi incapabile să susțină coeziunea socială, întrucât cultivă o indiferență față de abilități și manifestă o ignoranță în ceea ce privește competențele. Această situație generează frustrări sociale, nu oferă rațiunile

necesare articulării unor factori motivaționali individuali și nu creează condițiile dezvoltării sau împlinirii personale (Saunders, 2006). Conform perspectivelor funcționaliste, sistemele meritocratice sunt singurele capabile să asigure coeziunea și solidaritatea socială. Aceasta înseamnă că bunăstarea individuală și colectivă poate fi atinsă doar dacă pozițiile sociale sunt alocate pe baza meritelor. Așadar, în societate pot apărea o serie de efecte disruptive dacă nu există un sistem de apreciere simbolică sau de recompensare care să valideze social o serie de abilități, realizări sau talente.

În sisteme meritocratice egalitatea nu este exclusă din sfera de înțelegere, ci „egalitatea de rezultat” este înlocuită cu „egalitatea de oportunitate” (Miller, 1996). Pe de o parte, se consideră că afirmarea unui cadru al egalității de șanse este absolut necesar în consolidarea unor sisteme meritocratice; ceea ce înseamnă că sistemele meritocratice funcționează atunci când nu există forme de inhibare a potențialului fiecărui individ de a-și pune în valoare abilitățile. Într-o societate meritocratică, indivizilor trebuie să li se ofere oportunități egale. Cu toate acestea, trebuie să fie puse în funcțiune o serie de instituții care să asigure faptul că meritul este ceea ce primează în fața altor considerente de clasă sau mașinațiuni politice (Miller, 1996). În opoziție cu aceasta, se consideră că dezvoltarea unui sistem al oportunităților egale este incompatibil cu ideea unui sistem meritocratic; ceea ce înseamnă că sistemele de oportunitate ar face imposibilă evaluarea meritului, întrucât definiția meritului se construiește în relație cu un potențial diferențiat al indivizilor de a depăși obstacolele sau dificultățile regăsite în mediul extern (Saunders, 2006).

Sistemele meritocratice au la bază trei principii: eliminarea risipei de resurse, eliminarea tratamentului preferențial și favorizarea competiției (Jones, 1977). Printre elementele unui sistem social construit pe baze meritocratice se numără: facilitarea accesului la educație, asigurarea unei sistem de certificare a competențelor care să fie prioritar sistemului de relații personale și sprijinirea indivizilor să acceseze capital în vederea deschiderii unei afaceri (Saunders, 2006). Aceasta înseamnă că meritocrația a jucat un rol important în consolidarea liberalismului modern și, ca atare, nu există o incompatibilitate între meritocrație și economia de piață. În plus, sistemele meritocratice nu exclud filosofii corectitudinii și dreptății sociale, ci filosofii meritocrației critică sistemele de excluziune socială pentru faptul că au alterat capacitatea unor categorii sociale de a-și depăși condiția socială predeterminată ca urmare a unei conjuncturi istorice, economice sau politice.

Cu toate acestea, în cea mai mare parte a lor, sistemele meritocratice valorizează inegalitatea socială ca reper de organizare a relațiilor sociale. Așadar, inegalitățile nu sunt privite ca fiind strict rezultatul unor procese de excluziune socială, ci ca produse ale capacității individuale de adaptare la exigențele vieții sociale în ansamblul său. Sistemele meritocratice justifică inegalitățile sociale prin preocuparea constantă de a asigura faptul că pozițiile sociale sunt corect alocate și

eficient ocupate. Problemele unui sistem meritocratic nu derivă din anihilarea în totalitate a capacității indivizilor de a avansa pe scara socială, așa cum se întâmplă în sisteme aristocratice sau feudale. Provocările unui astfel de sistem apar ca urmare a încercării celor din clasele superioare de a-și securiza poziția, ceea ce contribuie la menținerea inegalităților sociale și a sistemelor de privilegii. Cu cât inegalitatea este mai mare, cu atât este mai puțin probabil să apară un sistem meritocratic pentru că cei aflați în poziții privilegiate vor lua toate măsurile necesare pentru își securiza aceste poziții și avantaje sociale. Aceasta nu înseamnă însă că relațiile ierarhice ajung să fie irelevante într-un sistem meritocratic. În sistemele meritocratice se creează și recrează noi sisteme de ierarhii care, la rândul lor, au la bază forme de „stratificare cognitivă”, ce contribuie la formarea unei „elite cognitive” și a unei „subclase cognitive” (Saunders, 2006).

Sistemele meritocratice se legitimează prin intermediul unor valori ce țin de corectitudine în distribuția resurselor, valori aduse în sprijinul demnității umane, a autorealizării și a stimei de sine. Trebuie însă avut în vedere faptul că „meritul” ca realitate socială are sens doar într-un astfel de sistem de semnificație care pornește de la prezumția că indivizii dețin autonomie personală, ceea ce face posibilă identificarea unor eforturi sau intenții pentru care indivizii sunt direct responsabili și pentru care pot fi recompensați, asigurându-se că rezultatul activității lor nu a fost afectat de diferite contingente externe. Cu toate acestea, în practică nu se poate determina foarte clar care dintre aspecte se află în controlul unui individ și care sunt elementele determinate social, deoarece succesul este afectat întotdeauna atât de factori interni, cât și externi.

Aceasta înseamnă că este imposibil ca „meritul” să fie definit în baza unor criterii obiective și neutre. Așadar, nu există criterii obiective ale meritului, iar standardele de performanță și realizare sunt invariabil și inevitabil subiective. Obiectivitatea meritului este imposibilă întrucât aceasta implică necesitatea unui observator extern și imparțial, cu acces la toate informațiile disponibile pentru a putea face evaluări neutre. Definirea meritului presupune o deliberare morală și o justificare colectivă, iar orice standarde de performanță sunt doar în aparență meritocratice, întrucât, indiferent de natura lor, acestea se află în controlul claselor dominate; standardele de performanță devin suportul prin care se impun dezavantaje sociale sau se manifestă forme indirecte de discriminare. Standardele de performanță ce fundamentează sistemele meritocratice sunt construite pentru a afirma interesele claselor dominante, fiind aduse și utilizate în sprijinul acestora (Walton *et al.*, 2013). Mai degrabă, „meritul” reprezintă o noțiune construită social, definită de cei care au puterea și care ajunge să fie reiterată pentru susținerea unor avantaje.

Prin aceasta, cultura meritocratică poate oferi doar un sentiment al corectitudinii întrucât principiile meritocratice funcționează ca un paravan, furnizând o acreditare morală pentru diferite decizii sau comportamente și creând impresia unei neutralități valorice (Castilla & Benard, 2010). O cultură meritocratică poate conduce la apariția unor efecte neintenționate printre care se

numără amplificarea fenomenului discriminării și diversificarea practicilor de distribuire inechitabilă a resurselor. De asemenea, sistemele meritocratice sunt utilizate pentru a justifica diferențele de venit, deci pentru a construi o raportare la inegalitățile sociale ca fiind realitatea legitimă.

Sistemele etice ale corectitudinii și echității sunt înțelese ca principii de alocare a resurselor, beneficiilor și obligațiilor în baza unor proceduri normative ce guvernează formele de decizie politică și reglementează drepturile indivizilor în raport cu o instanță de autoritate: „justiția socială sau justiția (în general) presupune un mecanism de alocare a unor elemente către persoane. Aceste elemente pot fi drepturi, obligații, bunuri, funcții, oportunități, sancțiuni, penalități, privilegii, roluri, statusuri etc. În plus, cel puțin în cazul justiției distributive, mecanismul pare să implice noțiunea de alocare diferențiată” (Frankena, 1963 citat de Cohen, 1987, p. 20).

În particular, sistemele de justiție socială includ patru elemente constitutive: 1. elementele care constituie obiectul distribuirii (bunuri, drepturi, privilegii), 2. categoriile de beneficiari, 3. relația dintre obiectul distribuirii și beneficiar și 4. criteriile și standardele de distribuire (Cohen, 1987). Sistemele de justiție socială încearcă să rezolve unele vulnerabilități și nevoi sociale prin stabilirea unor termeni pentru cooperarea corectă și pentru respectarea principiului reciprocității sau imparțialității, prin punerea în funcțiune fie a mecanismelor justiției regulative, fie a celei distributive (Hunt, 2010).

Sistemele etice ale corectitudinii și echității integrează o serie de chestiuni normative, percepții și judecăți de valoare ce funcționează ca justificări ale faptului că anumite principii redistributive ar trebui aplicate la nivelul unei societăți. Acestea conțin credințe privind modalitatea corectă de aplicare a principiilor redistributive în viața socială și evaluează consecințele observate sau așteptate ale unor aranjamente societale (Schmidt, 1992). Corectitudinea este posibilă, din acest punct de vedere, când anumite condiții sociale sunt îndeplinite și când se stabilește un cadru instituțional care să medieze între interesele diferiților cetățeni. Toate acestea sunt realizate în vederea obținerii securității sociale și pentru a asigura un nivel minim de trai în acord cu setul de nevoi considerate a fi necesar de satisfăcut (d'Anjou *et al.*, 1995).

Legitimarea inegalităților sociale poate fi explicată și prin puterea pe care o exercită normele pe plan social. Modul în care este privită corectitudinea unor norme de procedură, dar și corectitudinea observată în modurile de aplicare a acestora și posibilitatea de a evalua un rezultat prin mijloace cuantificabile contribuie la definirea proceselor de legitimare. Un rol deosebit îl joacă și procedurile de justiție redistributivă care vizează aplicarea unor norme și principii pentru alocarea resurselor între indivizi (Taylor-Sutphin & Simpson, 2009).

Fiecare cultură tinde să instituie sisteme care să reglementeze modul de consolidare a unor relații echitabile, dar ceea ce poate varia este forța de legitimare a unor contexte instituționale care determină ce anume oferă echitate acestei relații și cum anume se asigură respectarea normelor corectitudinii și imparțialității

(Schmidt, 1992). Formularea unei teorii a distribuției resurselor are în vedere aplicarea unor norme de alocare la mai multe niveluri, putându-se astfel discuta despre: justețe în achiziție, justețe în transfer și justețe în rectificare (Cohen, 1987). Astfel, pot fi identificate trei sisteme ale justiției sociale: justiție distributivă, procedurală și interacționară (Jost & Kay, 2010). Toate cele trei sisteme de alocare a resurselor se constituie într-o critică la adresa tiraniei, opresiunii și discriminării.

Membrii societății diferă în abilitatea lor de a atrage câștiguri financiare, iar aceste diferențe pot fi compensate la nivelul societății prin acordarea anumitor beneficii persoanelor care sunt afectate de mecanismele inhibitorii ce derivă dintr-o economie de piață. Aceasta explică de ce sistemele etice ale corectitudinii și echității au apărut și ca o critică la adresa economiei de piață înțeleasă ca arenă de distribuție și mecanism de schimb al bunurilor și serviciilor. În acest sens, se consideră că într-o economie de piață distribuția resurselor este determinată de tranzacțiile între agenți autonomi, ceea ce face ca modurile de funcționare ale pieței libere să fie imune la normele echității (Schmidt, 1992). Discuția pornește de la o diferențiere între ceea ce reprezintă „piața liberă” și ceea ce reprezintă „piața corectă”. Piețele corecte sunt cele la nivelul cărora funcționează moduri de egalizare a puterii, ceea ce ar contribui la rezolvarea dezechilibrelor între producători și consumatori prin formarea unei relații de interdependență și prin consolidarea unor instituții care să apere interesele fiecărei părți implicate (Sud & VanSandt, 2011).

Teoria justiției distributive este o teorie a schimbărilor instituționale care afirmă că menținerea corectitudinii în alocarea resurselor presupune o modificare și ajustare continuă a instituțiilor sociale implicate (Buchanan, 1975). Aceasta înseamnă că trebuie avute în considerare efectele instabilității pentru a evalua măsura în care normele și reglementările în vigoare pot să asigure corectitudinea în distribuirea resurselor. Chiar dacă poate fi remarcată o serie de instituții care sunt ghidate de liniile corectitudinii sau dreptății, justiția socială rămâne o preocupare extra-instituțională, nefiind un obiectiv asumat de o instituție specifică (Schmidt, 1992). Formele prin care se manifestă corectitudinea și echitatea în sfera socială pot să aibă o bază formală sau informală, fiind stabilite prin reglementări formulate explicit sau implicit.

În procesul de distribuție sau re-distribuție a resurselor sunt implicate inevitabil forme de manifestare a autorității, ceea ce creează o relație de interdependență între modurile de realizare a justiției sociale și structurile de manifestare a puterii economice (Wickstrom, 1984). Cei care beneficiază de pe urma economiei de piață sunt mai predispuși să considere că sistemul liberal de distribuție și alocare a resurselor este unul corect, iar cei care sunt dezavantajați de acesta tind să considere că principiile egalitariste sunt mai corecte, dat fiind faptul că includ mecanisme compensatorii de acordare a beneficiilor (d’Anjou *et al.*, 1995). Diferiți agenți cu autoritate realizează o serie de acțiuni în numele corectitudinii sociale și adoptă noțiuni ale justiției în sprijinul propriilor interese,

fapt care legitimează influența lor și contribuie la susținerea inegalităților sociale, nu la combaterea acestora. În plus, instituțiile responsabile cu analiza și procesarea nevoilor grupurilor beneficiare adaptează cadrul interpretativ pentru a face ca necesitățile de intervenție să fie compatibile cu propriile interese (Schmidt, 1992).

Consolidarea unor sisteme ale justiției sociale se realizează în baza unor acțiuni de împuternicire care încearcă să compenseze categoriile dezavantajate pentru efectele negative ale unor configurații sociale care le-au adus acest statut. Cu toate acestea, acțiunile de împuternicire prin victimizare au o serie de efecte neintenționate ce reafirmă și reiterează inferioritatea de statut ca realitate socială (Buchanan, 1975). Procesele de legitimare pot fi utilizate pentru a justifica opresiunea socială prin intermediul acțiunilor întreprinse de indivizi în viața de zi cu zi: „principiile de egalitate, inegalitate și echitate legitimate la nivel de sistem social afectează concepțiile individuale cu privire la corectitudine și prin aceasta afectează acțiunea umană” (Walker, 2014, p. 358). Mai mult decât atât, unele politici, chiar dacă susțin egalitatea, pot avea ca rezultat producerea de inegalități sistematice sau pot consolida inegalitățile deja constituite (ibidem). Măsurile luate pentru reducerea inegalităților sociale pot avea efecte dintre cele mai variate. De exemplu, politicile afirmative pot crea conflicte între grupuri, ca urmare a unui sentiment de privare resimțit de membrii grupului care nu constituie obiectul politicilor afirmative. Mult mai semnificative sunt consecințele negative ale sistemelor de inegalitate socială opace, adică acelea care pornesc de la presuposiția unei egalități de șanse, dar care, în fond, dau naștere unor mecanisme mult mai complexe prin intermediul cărora produc inegalitățile (Brint & Karabel, 1989).

Mukesh Sud și Craig VanSandt (2011) dezvoltă un model teoretic în care se consideră că justiția socială poate fi atinsă printr-o interacțiune constructivă între agențiile guvernamentale, instituțiile sectorului privat și instituțiile societății civile în contextul forțelor globalizării, tehnologiei și antreprenoriatului. De asemenea, antreprenoriatul social prefigurează posibilitatea existenței unui sistem economic în care companiile private să poată acumula profit, dar în același timp să contribuie la compatibilizarea bunăstării individuale cu dezvoltarea socială (Sud *et al.*, 2009; Sud & VanSandt, 2011). Formele de antreprenoriat social și programele de responsabilitate socială permit firmelor să aibă un impact benefic în societate, în ciuda orientării lor spre profit. În plus, aparatul de guvernare, sistemul educațional și mass-media joacă un rol esențial în consolidarea unui sistem al justiției sociale, prin asigurarea unei stabilități în luarea deciziilor și prin facilitarea rezolvării conflictelor (Sud & VanSandt, 2011).

Pot fi identificate patru categorii de actori sociali care participă la formularea politicilor distributive: actori din sistemul politic – persoane care joacă un rol de reprezentare și sunt autorizate sau mandatate să formuleze proceduri sau legi, beneficiarii direcți sau indirecti ai politicilor publice – ce apar ca noduri într-o rețea de interese –, canalele de comunicare și mass-media – ce contribuie la formarea opiniei publice și la atragerea sprijinului popular – și decidenții din organizații –

care joacă rolul de persoane cointeresate (Schmidt, 1992, p. 795). Invocarea, în formularea politicilor publice, a unor concepte legate de justiția socială face ca anumite măsuri sau decizii administrative să fie mai ușor acceptate de populație și să fie aplicate cu o mai mare ușurință, în ciuda sistemului de privilegii pe care îl impun implicit. Sistemele etice ale corectitudinii și echității pot fi interpretate critic prin stabilirea tipurilor de interese care se manifestă în emiterea judecăților de valoare. În acest scop, poate fi utilizată o abordare multivalentă care să atribuie importanță punctului de vedere din care sunt analizate lucrurile și care să diferențieze între mizele ce rezultă din adoptarea unor perspective etice sau semice, egoiste sau altruiste, personale sau impersonale (Frohlich, 2007).

În plus, nu trebuie pierdut din vedere faptul că legitimarea rezultă în urma unui proces de internalizare a diferitelor concepții și în urma unei autoevaluări prin care indivizii care ocupă o poziție dezavantajată sunt considerați responsabili pentru poziția lor în societate (Taylor-Sutphin & Simpson, 2009). Această autoevaluare se bazează pe o serie de credințe privind capacitatea sau incapacitatea individuală de a acumula resurse și pe corectitudinea sistemului care reglementează accesul la resurse. Dat fiind faptul că inegalitățile structurale creează sisteme diferite de autoevaluare, se poate considera că se produce o aliniere a sistemelor de inegalitate cu sistemele de autoevaluare, ceea ce afectează percepția subiectivă asupra corectitudinii și produce pilonii legitimării unor ordini sociale bazate pe inegalitate.

PROCESELE DE FORMARE A CONȘTIINȚEI DE CLASĂ PE BAZE INTERSUBIECTIVE

Conform unor perspective teoretice din sfera conflictualistă sau unor abordări care își au rădăcinile în gândirea marxistă, societatea este înțeleasă ca un sistem constituit din clase sociale. Așadar, socialitatea nu ar deriva din relațiile formate între indivizi, ci din relațiile formate între clasele sociale (Surridge, 2007). Realitatea claselor sociale apare ca urmare a unor procese intergeneraționale de transmitere a experienței comune prin medierea între dominația economică și hegemonia politică (Livingstone, 1976). În acest sens, clasa socială definește „relația oamenilor cu mijloacele de producție și relația oamenilor între ei prin intermediul proceselor de producție” (Livingstone, 1976, p. 236).

Clasele sociale nu există ca fenomene obiective, ci se manifestă doar la nivel de conștiință și prin discurs: conștiința de clasă reprezintă însăși o condiție a existenței claselor sociale (Oakes, 1986). Așadar, conștiința de clasă nu reprezintă altceva decât un discurs conștient și exprimat, iar manifestarea conștiinței de clasă se realizează prin punerea în circulație a unor idei, concepte, atitudini recognoscibile și inteligibile, fiind susținută de semnificații încorporate în tradiție, sisteme axiologice și cadre instituționale. Trebuie reținut că, în acest caz, nu este vorba despre discursul membrilor care aparțin unei clase sociale, ci discuția se referă la discursul despre clasele sociale în totalitatea și ansamblul său.

Formarea conștiinței de clasă reprezintă un proces complex care se realizează ca o progresie naturală de la identificarea cognitivă la acțiunea colectivă (Oakes, 1986, p. 45). Conștiința de clasă nu este subsumată strict relațiilor economice, ci rezultă ca urmare a acțiunii factorilor socio-culturali implicați în rutinele zilnice, ca urmare a structurilor materiale, a relațiilor politice, a cadrelor instituționale, a formelor de comunicare de masă și a funcționării aparatului de stat (Livingstone, 1976). În acest sens, David Livingstone (1976) formulează un model ce explică dezvoltarea conștiinței claselor sociale prin acțiunea combinată a mai multor factori printre care se numără: 1. elementele de ordin istoric alături de ansamblul structurilor materiale, 2. tipificările de sens (typification în original, n.n.) ca forme culturale și ideologice luate ca atare, 3. repertoriile interpretative prin care lumea capătă sens și 4. actele comportamentale, practicile și interacțiunile sociale (Livingstone, 1976, p. 236). Mai exact, formarea conștiinței de clasă apare în momentul în care sunt îndeplinite o serie de condiții: 1. identificarea individului ca membru al unui segment omogen – simț al apartenenței; 2. recunoașterea unor interese divergente ale segmentului de apartenență în relație cu alte segmente – poziționarea într-o comunitate de interese și 3. disponibilitatea individului și grupului de a utiliza mijloace politice pentru a proteja sau realiza aceste interese – mobilizare colectivă (Livingstone, 1976, p. 243).

Conform altor perspective, factorii care favorizează formarea claselor sociale sunt următorii: condițiile structurale, experiența subiectivă și practicile organizate (Ben-Porat, 1987). Acești factori nu acționează independent unul de altul. Pe de o parte, condițiile structurale determină experiența subiectivă: contextele istorice, economice și sociale stabilesc tipurile de poziții pe care membrii societății le pot ocupa într-un sistem de relații sociale. Pe de altă parte, conștiința de clasă apare ca rezultat al interdependenței dintre ultimii doi factori constitutivi, în sensul în care experiența subiectivă contribuie la formarea practicilor organizate, iar practicile organizate legitimează, la rândul lor, experiența subiectivă. Ca atare, condițiile structurale contribuie la formarea claselor sociale, iar conștiința de clasă reprezintă baza consolidării unor sisteme de stratificare socială, putând în unele cazuri să reproducă și să susțină tipurile de inegalități sociale prin recunoașterea lor ca legitime.

Conștiința de clasă se formează în baza împărtășirii unor arhetipuri ale experiențelor colective de unde derivă standardele, valorile, realizările și nemulțumirile ce formează elementele constitutive ale solidarității de clasă. Ca atare, trebuie realizată o diferențiere între conștiința statusului social și conștiința clasei sociale (Zweig, 1960). Nu orice poziție sau rol social constituie un factor derivativ al clasei sociale: „Se remarcă absența oricărei relații necesare între poziția de clasă și conștiința de clasă. Poziția de clasă condiționează existența conștiinței de clasă; dar nu determină sau cauzează această conștiință. Indivizii pot ocupa poziții de clasă multiple și contradictorii în orice moment al vieții lor sau pe parcursul vieții lor care le condiționează existența, dar care nu le garantează automat existența vreunei conștiințe de clasă” (Oakes, 1986, p. 40).

Conștiința de clasă presupune crearea unei identități colective, iar experiența comună articulează o identitate colectivă ce se formează prin identificarea propriilor interese și prin punerea în opoziție a acestora cu interesele altora. În plus, o conștiință de clasă contribuie la formarea unui sentiment al apartenenței colective prin formarea unei comunități în baza unor aspirații, valori și tradiții comune. Conștiința de clasă are două dimensiuni: o dimensiune cognitivă (referitoare la ansamblul de concepții sociale internalizate) și o dimensiune emoțională (referitoare la ansamblul de experiențe subiective). Chiar dacă cele două dimensiuni se află adesea în conflict, aceasta nu anulează procesele de formare a conștiinței de clasă (Zweig, 1960). Conștiința de clasă este articulată prin intermediul unor instituții culturale și comportamente de consum, ceea ce înseamnă că în formarea conștiinței de clasă contează atât identificarea cu grupul de apartenență, cât și orientarea spre un grup de referință. O concepție despre clasa socială implică o concepție despre structura socială sau, cu alte cuvinte, conștiința clasei sociale implică conștiința unei structuri sociale. Formarea conștiinței claselor sociale reprezintă un mod de poziționare a sinelui și de reflectare a acestor poziționări prin prisma reprezentărilor subiective ale altora (Zweig, 1960). Mai exact, un individ se poziționează pe sine într-o clasă socială întrucât este de părere că alții cred despre el că aparține acelei clase sociale (Zweig, 1960).

Conștiința de clasă poate fi utilizată pentru a justifica de ce anumiți indivizi ocupă anumite poziții sociale (Tyler, 2006). Procesul de legitimare ține și de modul în care distribuția inegală a puterii și bogăției devine parte a conștiinței membrilor societății. Așadar, inegalitatea socială este legitimată printr-o asumare a unor anumite moduri de a gândi: cu cât un sistem al egalității de șansă este instituționalizat, cu atât mai puțin apare o conștiință de clasă (Brint & Karabel, 1989). Sistemele puternic stratificate pot contribui la crearea unei conștiințe false a capacității individuale, dat fiind faptul că acestea presupun crearea anumitor structuri de referință care inhibă sentimentul deprivării relative (Taylor-Sutphin & Simpson, 2009).

CONCLUZII

Lucrarea pornește de la observația potrivit căreia delimitarea fenomenului inegalităților sociale și preocuparea pentru această temă au apărut ca rezultat al modernității, fiind articulate pe fondul unei contestări a tradiției și al fundamentării sistemului birocratic de guvernare. Astfel, se argumentează că pentru manifestarea unui tip de putere în societate este necesar ca acea putere să devină legitimă, ceea ce implică un proces de consolidare a unei ordini sociale în care inegalitățile sociale ajung să fie conturate ca realități de la sine înțelese. Ca atare, se creează impresia că diferențele de statut social constituie un fenomen ineluctabil și inexorabil („parte a naturii”), când de fapt acestea sunt contingente și construite social („parte a culturii”).

Lucrarea arată că legitimarea inegalităților sociale reprezintă un efect al atribuirii de semnificații realității înconjurătoare și rezultă în urma unor procese de construcție socială. Pentru aceasta, se consideră că legitimarea își are rădăcinile în acțiunea intersubiectivă și este un proces ce ține de interpretare. Ca acțiune intersubiectivă, legitimarea se bazează pe o interpretare a experiențelor în moduri care justifică condițiile sociale. De exemplu, inegalitatea socială este legitimată prin semne și simboluri, prin materializări ale constructelor sociale, toate acestea făcând parte din modul în care oamenii experimentează lumea și viața.

La nivelul societății sunt puse în circulație o multitudine de repertorii discursive ale intervenționismului statal, ale meritocrației și ale justiției sociale. Acestea se influențează reciproc și astfel ajung să formeze lumile intersubiective. Aceasta înseamnă că discursurile intervin asupra cogniției prin definirea aspectelor care ajung să fie permise, interzise sau reprimite. Un anumit discurs apare în societate pentru că au existat o serie de condiții care i-au făcut posibilă existența. Repertoriile discursive sunt condiționate de elemente de ordin economic, politic, ceea ce înseamnă că membrii societății pot internaliza discursuri multiple și contradictorii în același timp. Discursurile acceptabile sau inacceptabile sunt determinate social și au multiple implicații în susținerea unui sistem al inegalității sociale. Discursurile ajung să legitimeze inegalitățile sociale printr-o recunoaștere consensuală a implicării statului, prin materializarea ideologiilor politice, prin afirmarea unui simț al obiectivității meritului, prin cultivarea unui simț al responsabilității față de colectivitate, prin validarea unor instituții sociale ale bunăstării colective și prin acte de securizare a complianței.

În plus, spațiul de acceptabilitate discursivă stabilește elementele care intră în conștiința individuală sau colectivă. Ținând cont de faptul că subiectivitatea reprezintă o relație ce se formează între conștiință și identitate, conștiința de clasă se manifestă ca simț al apartenenței la o comunitate de interese și implică o poziționare în sistemul de stratificare socială. Recunoașterea subiectivă a diferitelor clase sociale presupune o acceptare de către populație a unei concepții asupra realității sociale, prin punerea în funcțiune a unor sisteme de atribuire a semnificației, odată cu respingerea unor forme alternative și odată cu reafirmarea unor acte hegemonice. Ținând cont de aspectele prezentate, se poate afirma că studiile care abordează fenomenul inegalităților sociale din punct de vedere macrostructural, prin intermediul unor indicatori statistici sau cuantificări de rezultat, nu sunt suficiente pentru a surprinde complexitatea realității sociale. Așadar, este necesar ca astfel de studii să fie suplimentate de analize ale proceselor de construcție socială tocmai pentru a evita ca diferențele de statut social să devină naturalizate prin însuși actul măsurării acestora.

BIBLIOGRAFIE

1. Beetham, D. (1991). *The Legitimation of Power*. Palgrave Macmillan.
2. Beetham, D. (2004). Political Legitimacy. In K. Nash & A. Scott (Eds.), *The Blackwell Companion to Political Sociology* (pp. 107–116). Blackwell Publishing.
3. Ben-Porat, A. (1987). Class consciousness before class: The emergence of a Jewish working class in Palestine. *Theory and Society: Renewal and Critique in Social Theory*, 16(5), p. 741–769.
4. Blattberg, C. (2001). Political Philosophies and Political Ideologies. 15(3), p. 193–217.
5. Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge University Press.
6. Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241–258). Greenwood.
7. Bourdieu, P. (1996). *Distinction. A social Critique of the judgement of Taste*. Harvard University Press.
8. Bourdieu, P., & Passeron, J.-C. (1990). *Reproduction in Education, Society and Culture*. Sage Publications.
9. Brint, S., & Karabel, J. (1989). American education, meritocratic ideology, and the legitimation of inequality: the community college and the problem of American exceptionalism. *Higher Education*, 18, p. 725–735.
10. Buchanan, A. (1975). Distributive justice and legitimate expectations. *Philosophical Studies*, 28(6), p. 419–425.
11. Castilla, E.J., & Benard, S. (2010). The Paradox of in Meritocracy Stephen Benard. *Administrative Science Quarterly*, 55(4), 543–576.
12. Cohen, R.L. (1987). Distributive justice: Theory and research. *Social Justice Research*, 1(1), p. 19–40.
13. d'Anjou, L., Steijn, A., & Van Aarsen, D. (1995). Social position, ideology, and distributive justice. *Social Justice Research*, 8(4), 351–384.
14. Drakopoulos, S.A., & Karayiannis, A.D. (1999). Towards an economic approach to imperfect meritocracy. *Bulletin of Economic Research*, 51(2), p. 151–162.
15. Finlayson, A. (2012). Rhetoric and the political theory of ideologies. *Political Studies*, 60(4), p. 751–767.
16. Frohlich, N. (2007). A very short history of distributive justice. *Social Justice Research*, 20(2), p. 250–262.
17. Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Polity Press.
18. Hunt, I. (2010). Regulative and distributive justice. *Journal of Value Inquiry*, 44(1), p. 1–16.
19. Jones, H. (1977). Fairness, meritocracy and reverse discrimination. *Social Theory and Practice*, 4(2), p. 211–226.
20. Jost, J., & Kay, A. (2010). Social justice. History, Theory, and Research. In S. Fiske, D. T. Gilbert, & G. Lindzey (Eds.), *Handbook of Social Psychology* (pp. 1122–1165). John Wiley & Sons, Inc.
21. Livingstone, D.W. (1976). On Hegemony in Corporate Capitalist States: Material Structures, Ideological Forms, Class Consciousness, and Hegemonic Acts. *Sociological Inquiry*, 46(3–4), p. 235–250.
22. Loewenstein, K. (1953). Political Systems, Ideologies, and Institutions: The Problem of Their Circulation. *The Western Political Quarterly*, 6(4), p. 689–706. <https://doi.org/10.2307/443198>.
23. Luckmann, T. (1987). Comments on Legitimation. *Current Sociology*, 35(2), p. 109–117.
24. Miller, D. (1996). Two Cheers for Meritocracy. *Principles of Social Justice*, 4(4), p. 177–202.
25. Norman, D. (2010). Merit and meritocracy. *Justice and Justification*, 7(3), p. 302–316.
26. Oakes, E.H. (1986). Towards a nonessentialist class consciousness. *Dialectical Anthropology*, 11(1), p. 35–48.
27. Pandey, J., Sinha, Y., Prakash, A., & Tripathi, R. C. (1982). Right–left political ideologies and attribution of the causes of poverty. *European Journal of Social Psychology*, 12(3), p. 327–331.

28. Parsons, T. (2005). *The Social System*. Routledge.
29. Pekelis, A.H. (1943). Legal Techniques and Political Ideologies: A Comparative Study. *Michigan Law Review*, 41(4), p. 665–692.
30. Raven, B. (2008). The bases of power and the power/interaction model of interpersonal influence. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 8(1), p. 1–22.
31. Rousseau, J.-J. (2018). *The Social Contract and Other Political Writings*. Cambridge University Press.
32. Saunders, P. (2006). Meritocracy and popular legitimacy. *Political Quarterly*, 77(SUPPL. 1), p. 183–194.
33. Schmidt, V.H. (1992). Adaptive justice: Local distributive justice in sociological perspective. *Theory and Society*, 21(6), p. 789–816.
34. Sud, M., & VanSandt, C. V. (2011). Of Fair Markets and Distributive Justice. *Journal of Business Ethics*, 99(1), p. 131–142.
35. Sud, M., Vansandt, C.V., & Baugous, A.M. (2009). Social entrepreneurship: The role of institutions. *Journal of Business Ethics*, 85(1), p. 201–216.
36. Surridge, P. (2007). Class belonging: A quantitative exploration of identity and consciousness. *British Journal of Sociology*, 58(2), p. 207–226.
37. Taylor-Sutphin, S., & Simpson, B. (2009). The role of self-evaluation in legitimizing social inequality. *Social Science Research*, 38, p. 609–621.
38. Tyler, T. (2006). Psychological perspectives on legitimacy and legitimaion. *Annual Review of Psychology*, 5, p. 375–400.
39. Walker, H. (2014). Legitimacy and Inequality. In J. McLeod, E. Lawler, & M. Schwalbe (Eds.), *Handbook of the Social Psychology of Inequality* (pp. 353–377). Springer.
40. Walton, G.M., Spencer, S.J., & Erman, S. (2013). Affirmative Meritocracy. *Social Issues and Policy Review*, 7(1), p. 1–35.
41. Weber, M. (1978). *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. University of California Press.
42. Weisskopf, W. (1973). The Dialectics of Equality. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 409, p. 163–173.
43. Wickstrom, B.-A. (1984). Economic justice and economic power: An inquiry into distributive justice and political stability. *Public Choice*, 43, p. 225–249.
44. Willetts, D. (2006). The future of meritocracy. *Political Quarterly*, 77(1), p. 237–243.
45. Zweig, F. (1960). Analysis of class consciousness. *Kyklos*, 13(3), p. 307–436.

DESPRE ÎNȚELEGEREA ȘI UTILIZAREA CONCEPTELOR ȘI METODELOR SOCIOLOGIEI ÎN MASS-MEDIA DIN ROMÂNIA

MARIAN V. NĂSTASE*

ABSTRACT

ON UNDERSTANDING AND USING THE CONCEPTS AND METHODS OF SOCIOLOGY WITHIN THE ROMANIAN MASS MEDIA

This research paper studies the way in which the concepts and methods of Sociology are understood and, eventually, used within the Romanian media and, by extension, within the entire local public space. The data were collected by interacting with one hundred journalists from the central mass-media in Romania. Both quantitative and qualitative methods of research were used, and the balanced conclusions reflect a desynchronization between the professional category of journalists and the one of sociologists.

Keywords: journalists, sociological culture, public sociology, content analysis, correlation matrix.

INTRODUCERE

În acest articol îmi propun să aduc o completare pe care o consider semnificativă unui studiu publicat în anul 2019, intitulat „Sociologia în societate. Cultura sociologică – întrebări în jurnalismul autohton”, studiu care și-a propus să investigheze atât nivelul interesului, cât și pe cel al alfabetizării sociologice în rândul unei categorii profesionale ale cărei preocupări se intersectează cu cel al sociologiei – jurnaliștii. Se poate spune că analiza reflectă partea vizibilă a sociologiei prin diversele sale modalități de manifestare în spațiul public, chiar dacă utilizatorii nu sunt conștienți că utilizează / sunt expuși la concepte care aparțin domeniului sociologiei.

Realizarea unui astfel de studiu este relevantă în condițiile în care în perioada post-decembristă, în spațiul public din România, utilizarea în diferite contexte a

* Associate Lecturer, University of Bucharest, Faculty of Journalism and Communication Sciences, e-mail: marianvalentin.nastase@gmail.com.



conceptelor și metodelor sociologiei a cunoscut o dezvoltare semnificativă. Aceste contexte au variat de la realizarea și comentarea unor sondaje de opinie politică și barometre de opinie în emisiuni de televiziune și în presa scrisă, până la abordarea de către jurnaliști a unor probleme sociale legate de mobilitate socială, stratificare socială, comunicare șamd.

În studiile din România și din Europa tema a fost abordată într-un cadru mai larg, acela al intereselor și percepțiilor publicului privind cercetarea științifică și rezultatele cercetării, orientându-se, printre altele, asupra alfabetizării științifice. Într-un sens aplicat, aceasta este înțeleasă drept familiarizarea cu acel corp de cunoștințe științifice în legătură cu care autorii respectivului studiu cred că „este fundamentală din perspectiva oamenilor de știință din științele naturii” (Rughiniș, 2012, p. 129). Miller se referă la conceptul în cauză ca reprezentând „un nivel de înțelegere a termenilor și constructelor științifice suficient pentru a citi un cotidian sau o revistă și pentru a înțelege esența argumentelor cu privire la o dispută sau o controversă dată” (Rughiniș, 2012, p. 130). Totodată, sunt identificate și trei dimensiuni ale respectivului concept: un vocabular de constructe științifice de bază, suficient pentru a citi punctele de vedere în dialog dintr-un articol de presă, o înțelegere a procesului sau naturii cercetării științifice și o înțelegere a impactului științei și tehnologiei asupra indivizilor și societății. Într-un efort de rafinare a conceptului, au fost identificate patru componente: a. – cunoașterea faptelor esențiale cuprinse în manualele de școală secundară; b. – înțelegerea metodelor științifice, de tipul raționamentului probabilist și al metodelor experimentale; c. – aprecierea produselor sau a rezultatelor pozitive ale științei și tehnologiei; d. – respingerea credințelor superstițioase pe care se bazează diverse pseudo-științe, cum ar fi astrologia și numerologia. Alfabetizarea științifică ar avea un set de componente orientate pozitiv spre știință și spre aplicațiile sale practice și nu de respingere a acelei cunoașteri considerate drept non-științifică, constituite din superstiții tradiționale (Vlăsceanu L., 2010, p. 12)

O altă paradigmă, utilizată în mod deosebit în Marea Britanie în a doua jumătate a anilor 1980, este aceea a înțelegerii publice a științei, care investighează preponderent relația dintre stocul public de cunoaștere științifică și atitudinea față de știință. Această paradigmă a condus la formularea următoarelor enunțuri:

- cu cât nivelul cunoașterii științifice din partea publicului este mai înalt, cu atât atitudinile sale față de știință sunt mai favorabile;
- cu cât atitudinile publicului față de știință sunt mai favorabile, cu atât încrederea sa în știință este mai mare și sprijinul pentru politicile publice privind știința mai intens și mai generos orientat;
- intensitatea dorinței de a participa la modelarea politicilor publice este proporțională cu nivelul cunoașterii științifice stocate;
- calitatea participării publicului în elaborarea politicilor publice privind știința depinde de nivelul cunoașterii stocate (Vlăsceanu, 2010, p. 13).

În ceea ce privește fundamentul teoretic al cercetării de față, acesta a avut în vedere trei componente fundamentale:

I. Prima componentă teoretică, sociologia ca demers de cunoaștere – un raționament bazat pe distincția epistemologică între opinie, cunoaștere (adevăr și întemeiere), cunoaștere științifică (comunicabilitate / testabilitate) și o încadrare a cunoașterii de tip sociologic în funcție de toate aceste elemente. Pe scurt, ce anume înseamnă cunoașterea, cum este ea înfăptuită în domeniul sociologiei și în ce măsură cercetarea sociologică poate fi asimilată drept cunoaștere științifică.

Toată lumea este de acord în privința cunoașterii că este un demers valoros, însă acordul în privința cunoașterii se oprește aici (Lehrer K., 1990, p. 3). Putem opera distincția între „a ști” în sensul unei forme speciale de competență, „a ști” în sensul de a lua la cunoștință sau a fi încunoștințat de ceva sau cineva („to be acquainted with something or someone”) și „a ști” în sensul recunoașterii a ceva ca informație („to recognize something as information”) (Lehrer K., 1990, p. 3). Într-o altă abordare, este operată distincția între cunoaștere tacită și cunoaștere explicită, între cunoaștere nemijlocită și cunoaștere mijlocită și între cunoaștere *a priori* și cunoaștere *a posteriori* (Flonta, 1994, p. 25). Cunoașterea tacită este cunoașterea lui „a ști cum” („*knowing how*”); ea se referă la anumite priceperi / competențe concrete și încorporează diferite performanțe ale oamenilor, fiind comunicabilă doar pe cale practică, fără ca oamenii respectivi să formuleze reguli și principii generale referitoare la condițiile realizării acelor performanțe. Cunoașterea explicită, cunoașterea lui „a ști că” („*knowing that*”) este cuprinsă în enunțuri generale, reguli, definiții și reprezintă forma cea mai evoluată a cunoașterii. În cadrul acestei prime distincții, este adus și conceptul de „informație” (fizică – obținută cu ajutorul simțurilor, fenomenologică – legată de cea fizică, fiind cea resimțită, trăită – și „informația semantică” – care se referă la semnificații, este înglobată în reprezentări semantice și exprimată în cuvintele și expresiile unei limbi naturale). Cu ajutorul acestuia, în teoria cunoașterii este acceptată ideea conform căreia cunoașterea tacită face uz de informație fizică și fenomenologică, în vreme ce cunoașterea propozițională face uz de informația semantică.

În general, bătălia semnificativă a oricărui domeniu științific este pentru adevăr și întemeiere (engl. „justification”), parte din efortul permanent de a distinge cunoașterea științifică de simțul comun. Este și bătălia pe care o dă și sociologia, un domeniu al cărui obiect este „deja întipărit în viața noastră cotidiană” (Bauman, May, 2008, p. 18). Știința reprezintă cunoașterea obiectivă prin excelență, iar condițiile general acceptate pe care aceasta trebuie să le îndeplinească sunt următoarele:

- comunicarea intersubiectivă, care se referă la relația de desemnare, adică relația dintre semne și ceea ce desemnează semnele. Orice cunoștință este comunicabilă și este necesar să fie distinsă de senzații și de alte trăiri subiective. Între cunoștințe și trăiri există o relație de opoziție – comunicabil, respectiv incomunicabil. Pentru satisfacerea acestei condiții

trebuie eliminate nu doar enunțurile contradictorii, ci și cele ambigue (Flonta, 1994, p. 55).

- testabilitatea, care face referire la relațiile clare de concordanță sau incompatibilitate între un enunț sau set de enunțuri și un altul, a cărui valoare de cunoaștere va putea fi stabilită într-o manieră obiectivă, independent de dorințele și preferințele agenților cunoașterii (Flonta, 1994, p. 59).

În cazul specific al sociologiei, demersul de delimitare de ceea ce este numit „cunoaștere comună” este realizat prin:

- efortul pe care îl face sociologia de a se subordona pe sine însăși regulilor riguroase ale discursului responsabil, acesta asigurând, prin metoda care a condus la acele concluzii, valoarea de adevăr și temeinicia demersului cunoașterii sau măcar al deschiderii necondiționate către aceste deziderate;
- urmărirea unei perspective cât mai largi, care reunește și compară „experiențele extrase dintr-o multitudine de lumi personale”, aceasta reprezentând o schimbare radicală nu doar cantitativă, ci și în calitatea și utilizarea cunoașterii;
- o modalitate diferită de a concepe realitatea umană, în sensul situării sociologiei în opoziție față de caracterul particular al concepțiilor despre lume ce par să poată vorbi fără probleme în numele unei stări generale de lucruri, precum și punerea la îndoială a modurilor de înțelegere „care pot fi pur și simplu separate de schimbările istorice sau de domeniul social din care au apărut”;
- înclinația sociologilor către curiozitate și, în acest context, punerea la îndoială a propriilor precepte, precum și efortul de a proceda la verificarea, autoconfirmarea în practică a acestora. Sociologia evită familiarul, considerat autoexplicativ, sociologii nefiind mulțumiți cu ideea că „așa stau lucrurile” și vor face întotdeauna un efort suplimentar de cunoaștere (Bauman, May, 2008, p. 18–21).

Semnificativ pentru fundamentul teoretic al acestei cercetări este și teza referitoare la întemeiere formulată de Karl Popper, aceasta impunându-se a fi utilizată tocmai cu scopul verificării solidității întemeierii enunțurilor. Adevărurile științei, cu atât mai mult cele ale sociologiei, sunt total incompatibile cu ideea unui adevăr perfect și definitiv, misiunea sa fiind tocmai tentativa permanentă de identificare a erorii în teoriile existente.

Karl Popper contestă existența sau necesitatea existenței unui demers, precum întemeierea, ca o condiție a cunoașterii obiective, existența unei legături între întemeiere și căutarea adevărului. Teza sa principală este că ipotezele și teoriile științifice nu pot fi niciodată confirmate și deci întemeiate. Ele pot fi doar infirmate prin raportare la enunțuri acceptate, referitoare la fapte. Ceea ce propune el cercetătorului în demersul de găsire a adevărului nu este să caute temeiuri pentru confirmări, ci să realizeze coroborări, adică să imagineze teste, instrumente noi prin care să contribuie la infirmarea teoriilor existente. În acest fel, va fi stimulată

formularea unei teorii noi care ar putea eventual să aproximeze mai bine adevărul. Singura îndreptățire pentru care o teorie poate fi acceptată în mod provizoriu, nu sunt temeiurile pozitive de orice fel, ci faptul că respectiva teorie științifică a rezistat tentativelor de a fi infirmată (Popper K., 1966). Semnificativ din această teorie pentru studiul de față este, în primul rând, acest caracter provizoriu în privința acceptării unei teorii, faptul de a nu asimila în chip dogmatic, necritic principii, ipoteze, judecăți, dar și de a fi permanent înclinați către supunerea acestora la teste de rezistență.

II. A doua componentă teoretică se referă la modalitățile alterate ale cunoașterii – concentrată în jurul teoriei reprezentărilor sociale elaborată de către Serge Moscovici –, ideea principală referindu-se la faptul că schematizarea forțată a conceptelor prin intermediul mijloacelor de comunicare în masă are drept consecință alterarea semantică a acestora și, implicit, a mesajelor transmise cu ajutorul lor.

Un ajutor semnificativ în înțelegerea teoriei reprezentărilor sociale îl oferă teoria lui Karl Mannheim referitoare la condițiile sociale în care are loc actul cunoașterii. Principala teză pentru o sociologie a cunoașterii este aceea conform căreia există moduri de gândire care nu pot fi complet înțelese atâta timp cât originile sociale ale acestora sunt obscure. Cu siguranță, individul și nu grupul reprezintă entitatea capabilă să gândească, însă ar fi fals dacă s-ar concluziona că toate ideile și emoțiile care îl caracterizează pe individ sunt doar rezultatul experienței sale individuale. De aici, se desprind alte două idei: prima se referă la faptul că „într-un sens strict este incorect să afirmăm că individul gândește și este mult mai potrivit să insistăm asupra faptului că gândirea sa participă la o stare de lucruri prestabilită („*ready-made situation*”) în care există deja un set de pattern-uri de gândire și conduită”; a doua comentează faptul că studiul condițiilor sociale ale cunoașterii nu poate separa modurile de gândire existente de contextul acțiunii colective (Mannheim K., 1954, p. 35). În același sens merge și ideea lui Moscovici, care subliniază natura fluidă și social modelabilă a cuvântului: „Nici o noțiune nu este pusă în circulație împreună cu instrucțiunile de folosire, nici o experiență nu este prezentată împreună cu metoda de practicare, așa că individul le folosește, odată primite, cum i se pare lui mai potrivit. Important este să le poată integra într-un tablou coerent al realului sau să le strecoare într-un limbaj care să-i permită să vorbească despre ceea ce vorbește toată lumea” (Moscovici, 1994, p. 35).

Teoria reprezentărilor sociale nu este altceva decât o tentativă reușită de transpunere și analiză amănunțită a conținuturilor și mecanismelor cognitiv-sociale ale cunoașterii comune, iar comunicarea de masă este una dintre căile de propagare ale acesteia. Studiul de față, în ansamblul său, își pune tocmai problema felului în care informația sociologică (în calitate de conținut cognitiv) este asimilată, procesată și difuzată în societate, în mod deosebit în rândul jurnaliștilor, al oamenilor din media care, prin natura profesiei, întreprinde astfel de demersuri.

„A reprezenta” un lucru sau o stare nu înseamnă, de fapt, a o dedubla, a o repeta sau a o reproduce, înseamnă a o reconstitui, a o retușa, a-i schimba configurația [...], făcând lumea să fie ceea ce credem noi că este sau că trebuie să fie (Moscovici, 1994). Într-o altă formulare, reprezentările sociale sunt asimilate drept „ansambluri dinamice, «teorii» sau «științe colective» sui generis destinate interpretării și formării realului. Ele trimit la un corpus de teme, de principii, având o anume unitate și aplicându-se la zone de existență și de activitate. Ele determină câmpul de comunicații posibile, de valori sau de idei prezente în viziunile împărtășite de grupuri și reglează, mai apoi, conduitele dezirabile sau admise” (Moscovici, 1997).

III. A treia componentă, identificarea unui proiect de cultură sociologică în societatea românească, ca premisă și precedent teoretico-metodologic pentru dezvoltările actuale. Pentru această componentă, am avut în vedere următoarele criterii: **a.** identificarea existenței unui context societal major care să genereze nevoia de cercetare socială și sociologică; **b.** existența unui sistem de gândire sociologică care să implice un fundament teoretic și metodologic articulat; **c.** identificarea elitelor care au facilitat popularizarea respectivului sistem teoretico-metodologic; **d.** studierea măsurii în care popularizarea sistemului de gândire a fost însoțită de apariția unor modele de acțiune. Proiectul analizat a fost Școala Sociologică de la București.

a. În ceea ce privește contextul societal istoric, acesta a fost dat de situația din timpul Primului Război Mondial și imediat după, Marea Unire din 1918, ulterior venirea pe tron a regelui Carol al II-lea. Toate aceste momente au fost marcate, în mod evident de necesitățile reale de reformă ale societății, acest efort neputându-se realiza în absența unei cercetări aprofundate a spațiilor rurale, diferite din multe puncte de vedere, ale nou constituitei societăți românești;

b. Pe scurt, sistemul de gândire gustian, având în centrul său teoria voinței sociale, s-a dovedit a fi un fundament teoretic solid pentru crearea unui curent de gândire și cercetare empirică. Calitatea fundamentală a voinței sociale este considerată a fi capacitatea „uimitoare” de a crea unități sociale. Astfel, despre voința socială, ca motivare a existenței relațiilor și proceselor unităților sociale se poate spune că „nu este o construcție arbitrară a spiritului” (Gusti, Herseni, Stahl, 1999, p. 9). Ea „poate fi oricând descoperită și precis caracterizată prin raportarea manifestărilor economice, spirituale, politice și juridice la ansamblul cadrelor cosmologic, biologic, psihic și istoric” (Gusti D., Herseni T., Stahl H., 1999, p. 10). Deși a fost cea mai expusă criticii, ajungându-se în perioada postbelică la „un stereotip de interpretare al concepției gustiene de factură reducionista” (Larionescu M, 1996, p. 12), această teorie și-a îndeplinit misiunea.

c. Oamenii Școlii Sociologice de la București l-au avut drept figură emblematică pe Dimitrie Gusti, care, prin prisma interesului cercetării de față, era considerat drept unul dintre „adunătorii de tineri de toate orientările” ai epocii, tineri seduși de proiectul unei sociologii militante, știință și acțiune socială totodată, cu cercetări de

teren în satul românesc, dar și cu o implicare efectivă în viața comunităților, urmând un țel modernizator (Boia, 2012, pp. 115–116). Celelalte figuri semnificative (Henri Stahl, Anton Golopenția, Mircea Vulcănescu etc.) au adus contribuții de cercetare semnificative, care pot fi asimilate cu ușurință patrimoniului de cultură sociologică autohtonă.

d. Din Școala Sociologică de la București s-au desprins modele de acțiune: publicații în toată țara (*Însemnări Sociologice* – Cernăuți, *Revista de Sociologie* – Cluj), precum și o întreagă pleiadă de cercuri și reviste în București – forme de manifestare ce au stat sub semnul diversității curentelor de opinie și preocupărilor.

METODOLOGIA CERCETĂRII

Obiectivul general al cercetării se referă la identificarea nivelului de utilitate și familiaritate a informației sociologice, a felului în care „ajunge” sociologia prin diversele sale canale de difuzare (universitar, cercetare, publicații șamd) la publicul potențial interesat. Prin public potențial interesat înțeleg, îndeobște, acel tip de public ale cărui preocupări profesionale sau intelectuale se intersectează cu cel al sociologiei. Categoria profesională pe care am studiat-o a fost, în acest caz, cea a jurnaliștilor.

Obiectivele specifice ale cercetării:

- primul, de a identifica percepțiile jurnaliștilor referitoare la utilitatea rezultatelor cercetărilor sociologice (date, informații, rapoarte de cercetare) pentru profesia lor;
- al doilea, de a investiga nivelul de familiaritate al jurnaliștilor cu conceptele și metodele sociologiei.

Cultura sociologică implică o cunoaștere de tip științific. Fenomenele și conceptele studiate sunt operaționalizate, măsurate și testate. Accepțiunile cunoașterii comune și definițiile științifice ale conceptelor sunt uneori antagonice atât ca sens, ca explicație, precum și ca mod de utilizare. Încercând să identific atributele specifice a ceea ce numim „cultură sociologică”, am adoptat o definiție de lucru a culturii sociologice: un ansamblu coerent și sistematizat de cunoștințe-reper aparținând domeniului sociologiei, în funcție de care un subiect cunoscător sau altul se poate pronunța în mod temeinic într-o chestiune care ține de sfera socialului.

EȘANTIONAREA

Datele au fost culese în anul 2014, iar populația investigată a fost reprezentată de un lot de o sută de jurnaliști (56 femei și 44 bărbați) ce-și desfășoară activitatea în presa centrală din România, distribuiți după cum urmează:

- televiziune – Antena 3 (6 respondenți), B1 TV (1 respondent), Digi24 (10 respondenți), Realitatea TV (3 respondenți), TVR (8 respondenți), România TV (1 respondent), Cotidianul TV (1 respondent).
- radio – Radio România (1 respondent), RFI (1 respondent), Radio Trinitas (1 respondent);
- presă scrisă – Evenimentul zilei (7 respondenți), Adevărul + Historia + Foreign Policy (10 respondenți), Gândul (3 respondenți), Jurnalul Național (2 respondenți), Mediafax (3 respondenți), Hotnews (4 respondenți), Casa jurnalistului (3 respondenți), Money.ro / Money Channel / Money Express (4 respondenți), Yahoo News (4 respondenți), Cursdeguvernare.ro (2 respondenți), Realitatea.net (1 respondent), Ziare.com (1 respondent), Esquire (1 respondent), Bursa (1 respondent), Agerpres (1 respondent), Puterea (1 respondent), Click (2 respondenți), Casamea.ro (1 respondent), Insight lady (1 respondent), Novanews.ro (1 respondent), Media Express (1 respondent), Formula As (1 respondent), DOR / Decât o revistă (1 respondent), Nine o'clock (1 respondent), AFP (1 respondent), Reporter virtual (1 respondent);
- jurnaliști „freelancer” – 5 respondenți.

Această alegere are drept criteriu poziția ocupată de fiecare respondent conform declarației sale la momentul colectării datelor, însă o bună parte dintre jurnaliștii avea o experiență diversificată în mass media (radio, tv sau presă scrisă).

Condițiile prealabile pe care le-am formulat în alegerea respondenților au fost: un minim de experiență profesională jurnalistică de 3 ani, din care cel puțin un an de experiență în domeniul politic, social sau economic. Date fiind condițiile menționate, am considerat că eșantionul este unul relativ omogen și, ca atare, am ales eșantionarea probabilistă aleatorie simplă (Mărginean, 2000, p. 153). Dincolo de asta, am considerat această cercetare ca fiind exploratorie, una care și-a propus preponderent identificarea de „insight”-uri relevante în legătură cu tema studiată.

METODA

Metoda pe care am folosit-o a fost cea a anchetei sociologice și a constat în utilizarea a două instrumente:

- un ghid de interviu, cu ajutorul căruia am investigat următorii indicatori:
 - a.** contactul sistematizat al subiecților cu informația sociologică (cursuri universitare, sesiuni de formare intensivă etc);
 - b.** reprezentarea pe care o au subiecții în legătură cu utilitatea generală a sociologiei pentru domeniul lor de activitate (dacă și în ce fel văd sociologia utilă);
 - c.** reprezentarea pe care o au subiecții în legătură cu utilitatea specifică a sociologiei, adică domeniile, modalitățile jurnalistice în care sociologia ar putea oferi un suport efectiv;

- d. conexiunile / asocierile verbale cu sociologia pe care subiectul le face, în forma conceptelor și / sau exemplelor de subiecte pentru reportaje / articole / dezbateri;
- e. sursele de documentare privind informația sociologică;
- f. reprezentarea pe care o au subiecții în legătură cu utilitatea potențială generală și reprezentarea cu privire la utilitatea specifică;
- g. reprezentarea pe care o au subiecții în legătură cu aplicabilitatea potențială a sociologiei.

– un chestionar de cunoștințe sociologice care a vizat investigarea nivelului de familiaritate al jurnaliștilor cu conceptele sociologiei în forma în care sunt acceptate și întrebuințate de către specialiști. Acesta conține întrebări cu variante precodificate de răspuns (în care se regăseau atât accepțiunile științifice, cât și cele întrebuințate uzual în spațiul public), cu ajutorul căruia am măsurat numărul de utilizări corecte ale acestora: „socializare”, „birocratie”, „forme fără fond”, „corporatism”, „manipulare”, „elite”, „sondaj de opinie”, „eșantionare”, „studiu sociometric”, „validitatea unui instrument de măsurare”, „tehnica pâlniei”, „Auguste Comte” și „Dimitrie Gusti”.

Întregul studiu a cuprins următoarele tipuri de analize:

1. Analiza cantitativă, care a presupus o sumă de operații statistice implicând calcul al mediilor și frecvențelor, analize încrucișate (cross-tabs), matrice de corelații, calcul al regresiei pentru categoriile de indicatori menționate mai sus;
2. Analiza calitativă, care a constatat în:
 - realizarea unor tipologii atitudinale ale jurnaliștilor și de raportare la cercetarea sociologică;
 - realizarea unui inventar al temelor recurente întâlnite pe parcursul interviurilor, informații suplimentare culese pe parcursul acestor discuții.

Iată câteva dintre concluziile specifice inițiale, care au fost formulate ca urmare a procesării și interpretării statistice a datelor:

- a. Deși interesul jurnaliștilor pentru informația sociologică este unul mare, manifestat în enunțarea unor utilități diferite ale acesteia, doar jurnaliștii care sunt absolvenți de sociologie, filosofie și, parțial, de filologie par să vorbească corect „limba sociologiei”;
- b. Spre deosebire de interesul declarat pentru sociologie, manifestat în diferite forme, scorurile obținute la chestionarul de cunoștințe și capacitatea de a numi concepte specifice vocabularului sociologiei sunt scăzute;
- c. Există corelații semnificative între contactul sistematizat cu informația sociologică și punctajul obținut la chestionarul de cunoștințe sociologice;
- d. Deși este asimilată drept un instrument util, suportul efectiv pe care îl acordă informația sociologică profesiei de jurnalist pare să fie în acest moment restrâns doar la câteva segmente, nu foarte largi;

e. Informația sociologică este înlocuită, într-un număr suficient de mare de situații, de fler, de intuiție și de filtrarea mai mult sau mai puțin sistematizată a experienței anterioare („lasă că știu eu mai bine”).

Din punct de vedere operațional, completările ulterioare se referă la următoarele categorii de informații:

- o analiză de conținut orientată preponderent către *analiza frecvenței aparițiilor unor concepte*, mai precis, a acelor concepte pe care respondenții le-au numit în mod spontan (conexiuni / asocierile verbale) și pe care le consideră ca având legătură cu sociologia;

- *un inventar al subiectelor de presă* pe care respondenții le-au abordat de-a lungul carierei și pe care le-au numit în cadrul interviului ca având legătură cu domeniul sociologiei;

- *o scurtă analiză statistică* (matrice de corelație) referitoare la legăturile existente, între subiectele care semnalează o problemă socială, legătura efectivă a subiectelor de presă cu sociologia și scorurile obținute la chestionarul de cunoștințe. La acestea se adaugă evaluările referitoare la măsura în care subiectele evocate de către respondenți semnalează o temă de interes pentru domeniul sociologiei și cele referitoare la legătura efectivă a acestor teme cu domeniul sociologiei.

ANALIZA ȘI INTERPRETAREA DATELOR

CONEXIUNI / ASOCIERI VERBALE – ANALIZA ÎNIȚIALĂ

Acest indicator, „Conexiunile / asocierile verbale”, este unul dintre cei mai relevanți din perspectiva capacității sale de ilustrare a ceea ce numim alfabetizare sociologică, tradusă drept bogăție a vocabularului sociologic al subiecților care au fost parte a prezentei cercetări. Criteriul inițial de sortare a răspunsurilor primite a fost *gradul de utilizare a conceptelor în spațiul public*. Acestea au variat de la „concepte foarte des uzitate în spațiul public” și „precizarea implicită prin exemple de teme / articole / reportaje” (concepte care nu aparțin în mod exclusiv sau explicit vocabularului sociologiei și care, în același timp, sunt foarte des folosite în spațiul public), până la categoriile „1–2 concepte specifice”, „3+ concepte specifice”. Aceste două din urmă categorii de răspunsuri reprezintă concepte mai puțin folosite în spațiul public și care, în același timp, aparțin vocabularului sociologiei.

Iată câteva dintre conceptele pe care le-am numit „des uzitate în spațiul public”: sondaj, opinie politică / publică, birocrație, percepții, consum, consumator, comunicare, societate, grup, interviu, chestionar, eșantion/ eșantionare, manipulare, propagandă, elite, focus grup, opțiune politică/ electorală, preferințe de consum, anchetă.

Criteriile de grupare a răspunsurilor primite au ținut seama, deopotrivă, de frecvența utilizării acestora în spațiul public, de ansamblul răspunsurilor primite din partea jurnaliștilor și de nivelul de corectitudine aferent al răspunsurilor. Acest din urmă criteriu a fost decisiv în privința încadrării, deoarece a verificat măsura în care o parte dintre conceptele pe care respondenții le-au menționat drept sociologice și, deopotrivă, ca făcând parte din preocupările lor profesionale sunt asimilate în sensul accepțiunilor lor științifice.

Expresia „des uzitate în spațiul public” se referă nu doar la faptul utilizării frecvente, ci și la *faptul utilizării lor doar ca schematizări forțate* și, în multe cazuri, chiar golite de sensul inițial pe care cercetarea sociologică l-a conferit respectivelor concepte. Acest fapt a fost demonstrat prin coroborarea răspunsurilor primite pentru acest indicator cu cele primite la întrebările din chestionarul de cunoștințe.

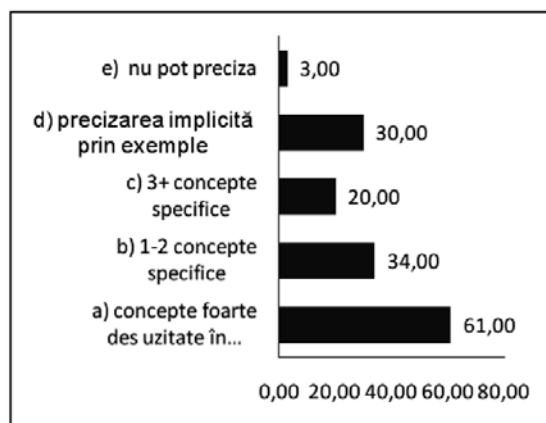


Figura nr. 1 – Conexiuni / asocieri cu sociologia.

Această schematizare forțată urmează să fie reanalizată în continuare, prin analiza acestui indicator corelat cu analiza mediilor și frecvențelor punctajelor obținute la chestionarul de cunoștințe. Prin expresia „concepte specifice” înțeleg concepte care sunt în afara listei de mai sus, aparțin vocabularului sociologiei, dar care nu au, în arealul de cercetare al acesteia, un grad ridicat de complexitate. De asemenea, simt nevoia să întăresc, în acest caz, precizările legate de modalitatea de notare a variantelor de răspuns. Aceasta a fost făcută de către mine, în urma consemnării atente și cât mai fidele a răspunsurilor, a lecturării acestora, și apoi, a confruntării lor cu lista menționată mai sus.

Pe scurt, interpretarea sintetică pe care am conferit-o acestui indicator a fost următoarea: foarte probabil, se poate vorbi în cazul acestor subgrupuri despre salturi, demersuri parțiale, asimetrice de asimilare și utilizare a conceptelor și, prin extensie, despre un fond inițial bun de cunoștințe sociologice, însă neglijat în timp.

LEGĂTURA CU DOMENIUL SOCIOLOGIEI - ANALIZE DE FRECVENȚĂ

Pentru a aduce mai multă claritate demersului de cercetare referitor la indicatorul „asocieri / conexiuni verbale”, am regrupat toate conceptele pe care le-au numit respondenții în funcție de un alt criteriu decât cel al frecvenței utilizării: **legătura cu domeniul sociologiei.**

Categoriile pe care le-am definit sunt următoarele:

- a. nume de sociologi, curente, școli de gândire / cercetare sociologică
- b. concepte hibride (preluate din alte domenii sau la granița sociologiei cu alte domenii de studiu) – sărăcie, investiții, angajați etc.
- c. denumiri de metode / instrumente / tehnici / modalități statistice – sondaj, chestionar, eșantionare etc.
- d. concepte sociologice specifice
- e. alte concepte (concepte aflate în afara vocabularului specific al sociologiei)
- f. respondentul nu a numit nici un concept.

Am utilizat ca modalitate de cercetare analiza de frecvență. Rezultatele pe care le-am obținut sunt prezentate mai jos:

- a. Nume de sociologi, curente, școli de gândire / cercetare sociologică – 14 răspunsuri (patru respondenți au dat câte două exemple, 10 respondenți un singur exemplu):

Tabelul nr. 1

Tabel frecvențe „Nume de sociologi, curente, școli de gândire / cercetare sociologică”.

Nume / concept / teorie	Număr apariții
Pierre Bordieu	2
Zygmunt Baumann	1
Școala gustiană	2
Dimitrie Gusti	1
Cercul Criterion	1
M. Manoilescu – Corporatism	1
Henri Stahl	1
Teoria efectelor perverse	1
Max Weber	1
Dumitru Sandu	1
Dumitru Drăghicescu	1
Anthony Giddens	1
Zoltan Rostas – istorie orală	1
Emile Durkheim	1

b. concepte hibride (preluate din alte domenii sau la granița sociologiei cu alte domenii de studiu) – sărăcie, investiții, angajați etc. – 79 de respondenți au indicat cel puțin un astfel de concept. În total, 136 de astfel de concepte numite de către respondenți. Acest fapt înseamnă că cel puțin jumătate dintre cei 79 au numit cel puțin două astfel de concepte. Foarte relevantă pentru această categorie este diversitatea paletelor de concepte numite de către respondenți. Cele mai mari apropieri / intersecții cu alte domenii sunt cu domeniul psihologiei sociale (zvon, manipulare), economic, politic și al educației;

c. denumiri de metode / instrumente / tehnici / modalități statistice – 61 de respondenți: sondaj (de opinie) – 47, interviu – 19, chestionar – 8, eșantionare – 2, (euro)barometru – 5;

d. concepte sociologice specifice – 10 respondenți. De remarcat faptul că aceasta este cea mai săracă secțiune, cu puține concepte menționate de un al doilea respondent, fiind numite următoarele: „asistență socială”, „disonanță cognitiv-afectivă”, „violență simbolică” $\times 2$.

Tabelul nr. 2

Tabel frecvențe „Concepte sociologice specifice”.

Concept specific	Număr apariții
asistență socială	1
disonanță cognitiv-afectivă	1
violență simbolică	2
construct social	2
comunități marginale	1
mobilitate socială	1
elite	1
status rol	1
stratificare socială	1
solidaritate mecanică	1
considerarea fenomenologică a socialului	1
distanță socială *	1

(*Colectarea datelor a fost realizată înaintea pandemiei de Covid -19 și, implicit, a utilizării pe scară largă și în mod eronat a conceptului. Ca atare, am considerat acest răspuns al respondentului ca aparținând vocabularului specific al sociologiei)

Șapte respondenți nu au dat nici un exemplu de concept pe care să îl asocieze cu domeniul sociologiei.

Din acest simplu demers de sortare a datelor, pot fi deduse următoarele interpretări intermediare:

– dat fiind numărul mic de respondenți care au dat exemple de sociologi sau concepte specifice, putem afirma că *informația sociologică specifică a ajuns într-o mică măsură sau nu a ajuns deloc* la membrii lotului studiat;

– dat fiind numărul mare de concepte „hibrid”, neînsoțite de informație suplimentară care să facă legătura cu anumite paradigme, concepte specifice ale domeniului sociologiei, putem înțelege faptul că *respondenții nu reușesc să delimiteze foarte clar domeniul sociologiei* de alte domenii și să sistematizeze de o manieră coerentă informațiile pe care le-au dobândit în legătură cu acest domeniu de studiu;

– dat fiind numărul mare de răspunsuri încadrate în zona metodologiei cercetării sociologice („sondaj”, „interviu”, „chestionar” etc.), se poate deduce faptul că *respondenții asociază domeniul sociologiei cu componenta practică a domeniului*. Totodată, putem presupune că respondenții formulează și o așteptare implicită legată de rezultate cuantificabile, palpabile, utilizabile în profesia lor.

*SUBIECTE DE PRESĂ EVOCATE DE JURNALIȘTI CONSIDERATE
A AVEA LEGĂTURĂ CU DOMENIUL SOCIOLOGIEI*

Acest subiect l-am tratat având în vedere următoarele direcții principale:

A. *Numărul total de teme* pe care respondenții au declarat că le-au abordat și despre care susțin că au legătură cu domeniul sociologiei la nivelul întregului lot de respondenți și distribuția numărului de teme per respondent. Astfel, numărul total de teme enunțate este 155, iar distribuția acestora per categorie numerică este următorul:

Tabelul nr. 3

Tabel „Categorii număr teme”

Categorii număr teme	Număr respondenți per categorie numerică
0 teme	9 respondenți
1 temă	46
2 teme	31
3 teme	10
4 teme	3
5 teme	1

B. *Categoriile de subiecte* pe care respondenții le-au numit, adică un inventar sistematizat al subiectelor de presă pe care aceștia au declarat că le-au abordat și despre care susțin că au legătură cu domeniul sociologiei:

Tabelul nr. 4

Tabel „Categorii subiecte”

Categorie subiect	Număr menționări
Sondaje de opinie (politică), profilare candidați	24
Studii de piață / consumator	12
Politică externă / relații internaționale / istorie	10
Evenimente sociale interne recente sau în derulare (mișcări de stradă, greve)	10
Fenomene psiho-sociale (zvonistică, mesaje manipulative)	5
Economie	9
Cancan (Prăbușire avion Iovan, fiul senatoarei Plăcintă, inedit la Sf. Paraschiva)	3
Ecologie	1
Comunități profesionale (comunitatea IT din Cluj, minierii), comunități teritoriale / etnice (programe sociale, integrarea minorităților etnice), migrație (internă / externă, dezrădăcinare)	30
Viață culturală / intelectuală (școala Gusti, degradarea intelectualității)	3
Politică internă	4
Fenomene de devianță socială (sinucideri, copiii străzii)	2

Din sortarea datelor legate de numărul și categoriile de subiecte de presă evocate de către respondenți, rezultă următoarele:

- și din acest inventar al categoriilor de subiecte evocate, dat fiind numărul mare al celor care se referă la sondaje de opinie și studii de piață, rezultă *înclinația jurnaliștilor de a asocia domeniul sociologiei cu componenta sa aplicată, practică, cu rezultatele palpabile, ușor de înțeles și, eventual, de transpus în articole de presă*;
- numărul mare de subiecte referitoare la viața anumitor comunități (etnice și / sau profesionale) poate fi înțeles, cel mai probabil, în sensul des întâlnit pe parcursul cercetării, acela al presupunerii unui respondent că „sociologia nu se referă doar la sondaje, mai e ceva în plus”, iar acel plus nu este doar despre politică.

C. Scurtă evaluare – subiectul / subiectele evocate de respondenți *semnalează o situație semnificativă din punct de vedere sociologic / problemă socială*. Această evaluare a fost făcută de către cercetător, în sensul acordării de calificative de tip binar „da” = 1 (semnalează o situație semnificativă) și „nu” = 0 (nu semnalează o situație semnificativă). Această evaluare a fost una destul de generală, în sensul acceptării premisei că orice eveniment care implică, într-un fel sau altul, cel puțin doi oameni și care se replică / se poate replica sau poate fi încadrată într-o categorie de evenimente cu trăsături asemănătoare poate fi considerat că semnalează o situație socială.

În urma acestei evaluări au rezultat 79 de respondenți ale căror subiecte au semnalat o problemă socială și 21 care s-au situat în afara acestui criteriu. Cele 21 de situații care intrat în categoria „nu semnalează o problemă socială” au fost:

- cele în care respondenții au oferit răspunsuri din domeniul „can-can” / „monden” (ex: interviu cu fiica pilotului de avion Iovan)
- subiecte nu foarte clar definite de către respondenți (ex: interviuri cu 100 de muzicieni din diaspora, fără să fie precizată tema respectivei serii de interviuri),
- cele care vizau cunoașterea propriului public, nu neapărat un material scris sau audio-video publicat ca subiect de presă;
- cele în care respondenții nu au oferit exemple de materiale scrise sau audio video pe care să le fi publicat.

D. Scurtă evaluare a legăturii efective cu domeniul sociologiei. Și această evaluare a fost realizată de către cercetător, în sensul acordării de calificative de tip binar „da” = 1 (are legătură efectivă), „nu” = 0 (nu are legătură efectivă), în funcție de un criteriu obiectiv. Astfel, expresia „are sau nu legătură, într-adevăr, cu sociologia” – verifică în mod obiectiv dacă respondentul a făcut referire / a menționat cu precizie un anumit studiu științific / raport de cercetare științifică, a numit / testat o anumită teorie / concept sociologic, a menționat utilizarea unei metode / tehnici de investigare specifice sau măcar apropiată de cercetarea sociologică.

În urma acestei evaluări au rezultat 89 de respondenți ale căror subiecte nu au o legătură cu domeniul sociologiei, în sensul definit mai sus și 11 teme (din totalul de 155) ale căror subiecte au legătură efectivă cu domeniul sociologiei. Toate acestea s-au referit la analize fundamentate pe unele rapoarte de cercetare științifică: recensământul populației din 2011, studiul „România după 20 de ani” și studiul aprofundat al unor documente de cercetare ale Școlii Sociologice de la București privind campania de cercetare monografică de la Cornova.

ANALIZA CORELATĂ A VARIABILELOR REFERITOARE LA SUBIECTELE DE PRESĂ

În urma realizării unei sortări simple în funcție de criteriile (1), (3) și (4) au rezultat câteva categorii de respondenți. Ce mai întâlnită categorie – 68 de respondenți – a fost a celor care au declarat că au abordat teme despre care cred că au legătură cu sociologia, care semnalează o problemă socială / o situație de interes pentru domeniul sociologiei, dar care nu au o legătură efectivă cu acesta. Acest rezultat confirmă pe de-o parte atât interesul declarat al majorității respondenților, cât și distanța reală față de cercetarea sociologică. Această distanță nu se referă la adoptarea metodelor de cercetare specifice sociologiei, ci la efortul de documentare sociologică anterior demersului jurnalistic și / sau în urma acestui demers. Spre exemplu, anchetele jurnalistice referitoare la comunitățile de mineri din Valea Jiului nu au fost însoțite de vreun raport de cercetare sociologică întocmit de-a lungul timpului. Acesta ar fi îmbogățit, cu siguranță, demersul jurnalistic. Cei mai mulți dintre respondenți au declarat că nu au cunoștință de existența unor astfel de rapoarte. Ba mai mult, pe parcursul cercetării am consemnat doar patru situații în

care a fost menționat numele ICCV (Institutul pentru Cercetarea Calității Vieții), fără să fi fost menționat în mod specific numele unui studiu / raport de cercetare al respectivei instituții. Despre alte instituții nu am consemnat nici o referire.

O ultimă analiză pe care am efectuat-o se referă la *corelațiile* existente între variabilele de mai sus [„Număr de subiecte evocate”, „Subiectele semnalează sau nu o problemă socială”, „Legătură efectivă a subiectelor cu sociologia (1– are / 0– nu are)”], la care am adăugat și variabila „Punctaj” obținut la chestionarul de cunoștințe.

În acest context, merită să fie făcute câteva precizări tehnice legate de această din urmă variabilă:

- Media calculată a scorului pentru întreg lotul de subiecți a fost 5,3075, o medie relativ scăzută. Aceasta înseamnă că răspunsurile primite la întrebările referitoare la accepțiunile sociologice ale conceptelor au fost preponderent greșite;
- Nu au existat variații ale punctajului în funcție de gen, vârstă sau vechimea în domeniul jurnalismului. Altfel spus, vârsta, genul și anii de vechime în domeniul jurnalismului nu au reprezentat argumente decisive pentru a da răspunsuri corecte la chestionarul de cunoștințe;
- Scorurile medii ale celor care au avut un contact sistematizat / mai strâns cu sociologia și ale celor care numit 3+ concepte specifice au fost mai mari decât ale celor care au avut un contact mai slab cu sociologia și ale celor care au numit între 0 – 2 concepte sociologice specifice.

Analiza corelațiilor:

Tabelul nr. 5

Matrice corelații variabile referitoare la subiectele de presă

	Număr subiecte evocate	Subiectele semnalează o problemă socială (1- da / 0- nu)	Legătură efectivă a subiectelor cu sociologia (1- are / 0- nu are)	Punctaj chestionar
Număr subiecte evocate	1,00	0,32	0,03	0,21
Subiectele semnalează o problemă socială (1- da / 0- nu)	0,32	1,00	0,18	0,23
Legătură efectivă a subiectelor cu sociologia (1- are / 0- nu are)	0,03	0,18	1,00	0,11
Punctaj chestionar	0,21	0,23	0,11	1,00

Înainte de a interpreta datele prezentate în tabel, se impun unele precizări tehnice legate de modelul statistic și de matricea de corelație:

- Modelul coeficientului de corelație liniară nu poate evalua legătura între variabile de tip binar, întrucât poate denatura concluziile analizei acestor variabile, exclusiv prin matricea de corelație. Altfel spus, dacă mă uit la matricea de corelații,

nu pot avea siguranța unei imagini corecte a legăturilor dintre variabile, corelațiile putând fi întâmplătoare. Această precizare este necesară îndeosebi în situația aceasta în care am încercat să realizez o transformare a variabilelor categoriale în variabile numerice.

– În statistică, corelația nu stabilește în mod automat o relație de cauzalitate între două variabile. Ca atare, indiferent de intensitatea corelațiilor, e necesar ca demersul de stabilire a legăturilor de cauzalitate să fie făcut cu prudență și prin coroborare cu alte informații relevante. Este și cazul studiului de față.

În privința corelațiilor propriu-zise, prima observație este că toate *corelațiile sunt la niveluri scăzute și foarte scăzute (preponderent sub 0,30)*. Una dintre cauzele-standard pentru situația aceasta este influența factorilor subiectivi asupra colecției de date. Astfel, corelațiile ar putea fi mai puțin relevante și, în cel mai bun caz, am putea spune că sensul corelației este corect, însă nu neapărat și intensitatea acesteia. Pentru cercetarea de față, singurele surse de eroare ar fi putut proveni din demersul de transformare a două variabile categoriale în variabile numerice [„Subiectele semnalează o problemă socială” (1– are / 0– nu are) și „Legătură efectivă a subiectelor cu sociologia” (1– da / 0– nu)] și din modalitatea de atribuire a valorilor individuale per respondent, valori pe care aceste variabile le cuprind. Acest demers a fost explicat în paragraful anterior. Totuși, această matrice conține și variabile numerice care au fost gândite de la început ca atare („Punctaj chestionar” și „Număr subiecte de presă evocate”), unde nu există sursele posibile de eroare menționate mai sus, ai căror coeficienți de corelație sunt, de asemenea, foarte mici. Ca atare, premisa rezonabilă și acceptabilă este că *sursele de eroare de ordin metodologic nu au deformat rezultatele obținute în matricea de corelație și că acestea reflectă situația de fapt*.

Ca atare, din această primă observație (*corelațiile sunt la niveluri scăzute și foarte scăzute*), putem face câteva interpretări intermediare, pe care le-am considerat relevante:

a. *Coeficientul de corelație „Număr subiecte evocate” – „Subiectele semnalează o problemă socială”: 0,32.* Reprezintă cea mai consistentă corelație din această matrice, însă suficient de departe de a fi un coeficient de corelație cu adevărat consistent.

În condițiile în care majoritatea subiectelor au fost evaluate ca semnalând o temă / problemă socială, acest coeficient de corelație poate fi interpretat astfel: numărul de subiecte evocate de către respondenți indică într-o mică măsură faptul că tema evocată de către respondent semnalează o problemă socială. Altfel spus, dacă un respondent a evocat pe parcursul interviului o temă sau patru teme este irelevant în privința semnalării de către oricare dintre acestea a unei probleme sociale;

b. *Coeficientul de corelație „punctaj chestionar” – „număr subiecte evocate”: 0,21.* Interpretarea rezonabilă a acestui coeficient este că în foarte puține situații numărul subiectelor de presă evocate de către respondenți este relevant

pentru performanța la chestionarul de cunoștințe sociologice. Astfel, indiferent de numărul de subiecte de presă (de la 0 la +5) pe care le-a menționat un respondent, scorul său la chestionar tinde să rămână același. În condițiile în care scorurile respondenților au fost preponderent scăzute, putem face două deducții posibile:

- indiferent câte subiecte de presă au evocat respondenții, acestea au fost însoțite într-o mică măsură de cunoștințele sociologice care se regăsesc în conținutul chestionarului;
- subiectele de presă însele, dacă conțin teme în care sunt menționate concepte testate cu ajutorul chestionarului, ar putea să nu fie considerate / utilizate în sensul lor științific.

c. *Coeficientul de corelație „număr subiecte de presă evocate” – „legătura efectivă cu sociologia”*: 0,03. Aceasta este corelația cea mai slabă care poate fi regăsită în această matrice și indică faptul că aceste două variabile tind să fie independente. Interpretarea poate fi următoarea: în foarte puține situații, numărul de subiecte de presă evocate de jurnaliști îmbunătățește evaluarea referitoare la legătura efectivă cu sociologia. Astfel, evocarea unui subiect de presă înseamnă o probabilitate scăzută ca acesta să aibă legătură efectivă cu domeniul sociologiei (în sensul definit mai sus), iar această probabilitate rămâne constant mică, indiferent de cât de multe subiecte va numi respondentul.

d. *Coeficientul de corelație „Subiectele semnalează o problemă socială” – „punctaj chestionar”*: 0,23. Și aceste două variabile se influențează într-o manieră nesemnificativă. Altfel spus:

- un subiect sau un număr de subiecte de presă evaluate ca semnalând o temă / problemă socială nu semnalează în mod necesar un scor bun obținut de către respondent la chestionarul de cunoștințe sociologice;
- chiar dacă un subiect de presă semnalează o temă / problemă socială, foarte probabil, instrumentarul sociologic (concepte, metode) nu sunt prezente într-o măsură semnificativă sau sunt utilizate într-o manieră aflată în afara câmpului semantico-metodologic al sociologiei.

e. *Coeficientul „Subiectele semnalează o problemă socială” – „legătura efectivă cu sociologia”*: 0,18.

Interpretarea acestui coeficient este foarte simplă: în foarte puține situații, subiectele evaluate ca semnalând o temă / problemă socială au avut și o legătură efectivă cu sociologia în sensul definit mai sus.

f. *Coeficientul „punctaj chestionar” – „legătura efectivă cu sociologia”*: 0,11.

Valoarea acestui coeficient arată, ca și în alte cazuri, faptul că cele două variabile tind să fie independente. Altfel spus, în cadrul lotului studiat, există un număr foarte mic de situații în care respondenții ale căror subiectele de presă evaluate ca având legătură efectivă cu sociologia au avut un număr semnificativ de

răspunsuri corecte la chestionarul de cunoștințe sociologice. Explicația posibilă a acestui rezultat constă în faptul că demersul de evaluare a fost unul mai relaxat. Astfel, au fost acceptate ca având legătură efectivă cu sociologia și acele subiecte de presă care au făcut referire la un raport specific de cercetare (ex: recensământul populației din 2011), acest lucru neînsemnând neapărat că respondenții aveau o înțelegere a conceptelor apropiată de sensurile consacrate în domeniul cercetării sociologice.

CONCLUZII

Întreaga analiză prezentată vine să consolideze concluzia studiului inițial conform căreia punctele dintre domeniile profesionale ale sociologiei și jurnalismului par să fie fragile sau chiar inexistente. Iată câteva temeuri furnizate de analiza realizată mai sus:

- informația sociologică specifică ajunge într-o mică măsură sau deloc la membrii lotului studiat;
- respondenții par să nu reușească o delimitare foarte clară a domeniului sociologiei de alte domenii și să sistematizeze de o manieră coerentă informațiile pe care le-au dobândit în legătură cu acest domeniu de studiu;
- într-o măsură semnificativă, respondenții asociază domeniul sociologiei cu componenta sa practică, cu rezultate ușor de identificat în realitatea imediată, ușor de înțeles și, eventual, de transpus în subiecte de presă;
- jurnaliștii pot evoca teme de presă semnificative pentru conceptele respective, însă înțelegând într-o măsură redusă semnificațiile pe care domeniul științific al sociologiei le conferă respectivelor concepte;
- de asemenea, jurnaliștii pot evoca teme de presă care semnaleză o problemă socială, însă în foarte puține cazuri acestea au o legătură efectivă cu sociologia – apelează la rapoarte specializate, au testat o anumită teorie sau concept sociologic, au menționat utilizarea unei metode sau tehnici de investigare specifice sau măcar apropiată de cercetarea sociologică.

BIBLIOGRAFIE

1. Boia, L. (2012). Capcanele istoriei. Elita intelectuală românească între 1930 și 1950 (ediția a II-a). București, Editura Humanitas.
2. Flonta, M. (1994). Cognito. București, Editura All.
3. Gusti, D., Herseni T., Stahl, H.H. (1999). Monografia. Teorie și metodă, București, Editura Paideia.
4. Lehrer, K. (1990). Theory of knowledge, Colorado: Westview Press.
5. Larionescu, M. (2007). Istoria sociologiei românești, București, Editura Universității București.

6. Larionescu, M. (1996). Dimitrie Gusti. Fondatorul Școlii Sociologice de la București. În M. Larionescu (coord.) (1996). Școala Sociologică de la București. Tradiție și actualitate (p. 4–36), București Editura Metropol.
7. Mannheim, K. (1954). Ideology and utopia. New York: Harcourt, Brace & Co. Inc.
8. Mărginean, I. (2000). Proiectarea cercetării sociologice, Iași, Editura Polirom.
9. Popper, K. (1952). The nature of philosophical problems and their roots in science, Oxford: Oxford University Press.
10. Moscovici, S. (1994). Psihologia socială sau mașina de fabricat zei, Iași, Editura Universității Al. I. Cuza.
11. Moscovici, S. (1997). „Fenomenul reprezentărilor sociale”. În Adrian Neculau (coord.), Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale (p. 11–47), Iași, Editura Polirom.
12. Popper, K. (1966). Objective Knowledge. Oxford: Oxford University Press
13. Rughiniș, C. (2012) – Măsurarea sociologică. Iași, Editura Polirom.
14. Vlăsceanu, L., Dușa, A., Rughiniș, C. (2010). Publicul și știința. Știință și societate, interese și percepții ale publicului privind cercetarea științifică și rezultatele cercetării. Raport de cercetare. Accesat în data de 20 aprilie 2022 de la: <https://adriandusa.eu/files/2010-STISOC.pdf>.
15. Vlăsceanu, Lazăr (2010). Sociologie, Iași, Editura Polirom.
16. Vlăsceanu, Lazăr (2007). Sociologie și Modernitate. Tranziții spre modernitatea reflexivă. Iași, Editura Polirom.

DISCRIMINAREA LA ANGAJARE A FOȘTILOR DEȚINUȚI

POPESCU ROBERT COSMIN*

ABSTRACT

EMPLOYMENT DISCRIMINATION OF EX-OFFENDERS

It is estimated that around 900 persons are released from prisons in Romania every year (according to statistical data from the National Administration of Penitentiaries, available at <http://anp.gov.ro/informatii/dinamica-efectivelor-2/>). One of the first actions taken by a person stepping out of the prison gate is to find a job. It is easy to estimate the challenge of such a task, considering some of the socio-economic traits of the inmate population in Romania. The low education level and lack of qualifications restrict the access to the labor market for ex-offenders. The stigma associated with the criminal record, a document required by public institutions in Romania and some private organizations, adds to these barriers. The following research shows some of the effects the social stigma associated with the status of an ex-offender has on their access to the labor market. We will discuss the results of the correspondence audit tests, and analyze data obtained through in depth interviews with human resources experts.

Keywords: discrimination, public policies, recidivism, rehabilitation, penitentiary.

INTRODUCERE

La nivel internațional sunt numeroase studii pe tema discriminării în cadrul pieței muncii. Majoritatea studiilor se referă la discriminarea de gen (Morrisson și Jutting, 2005, Elder *et al.* 2010), discriminarea pe baza orientării sexuale (Badgett și Ho, 2007, Laurent și Mihoubi, 2016), a vârstei (Palmor, 2001, Stypinska și Turek, 2017) sau a etniei (Blommaert *et al.* 2013, Bassanini și Saint-Martin 2008), mai puțin asupra modului în care stigmatul asociat cazierului judiciar afectează

* PhD Student, School of Advanced Studies of the Romanian Academy (SCOSAAR), e-mail: rcosminp@gmail.com.



angajarea. Cercetările pe această temă sunt însă mai frecvente în spațiul vestic (Pager, 2003, 2007, Rovira, 2019). În România, problematica s-a regăsit în lucrarea etnografică a lui Rotariu (2021), tratată în studiul cantitativ a lui Dâmboeanu și Ramakers (2018), care explică relația dintre variabilele ce țin de capitalul uman, alături de cele selectate din teoria etichetării, și percepția subiectivă a șanselor de angajare a deținuților, iar Durnescu (2008) a cercetat, printr-un sondaj de opinie, deschiderea unor companii din România la angajarea persoanelor care au cazier. Din ultimul studiu menționat reiese că „nu putem vorbi despre discriminare pe piața forței de muncă pe considerente ce țin de experiența infracțională” și că ar putea exista anumite caracteristici economice ale companiilor mai predispuse să angajeze persoane cu antecedente penale (Durnescu, 2008, pp. 7576). Această cercetare abordează discriminarea la angajare a persoanelor cu antecedente penale, folosind metoda testelor de corespondență. Prin această metodă se confirmă ipoteza reacțiilor discriminatorii ale angajatorilor în funcție de antecedentele penale și oferă o imagine mai detaliată a obstacolelor cu care se confruntă foștii deținuți pe piața muncii.

ANGAJAREA CA FACTOR DE DESISTARE

Conform lui Lipsey (Lipsey, 1995 *apud* Durnescu, 2017) munca este unul dintre cei mai importanți factori care influențează recidivarea. Sapouna *et al.* (2015) prezintă mai detaliat influența muncii asupra recidivei și iau în considerare tipul de muncă, salariul oferit și zona în care este prestată. Joburile disponibile foștilor deținuți, care nu presupun calificări, precum cele din comerț, și care oferă un salariu mic, s-au dovedit a fi asociate cu recidiva (Bellair și Kowalski, 2008 *apud* Sapouna *et al.*, 2015, p. 24). Această asociație a fost explicată prin remunerația scăzută, care presupune un risc de sărăcie și prin tipul jobului, instabil, nepotrivit menținerii unor relații sociale puternice care i-ar împiedica să recidiveze.

Accesul la un loc de muncă stabil, care oferă posibilitatea unui trai decent, este un factor esențial pentru bunăstarea individului (Clark *et al.*, 2008b, Korpi, 1997 *apud* van der Meer, 2014, p. 21). Munca influențează bunăstarea individuală prin sursa de venit, prin statutul pe care o poziție profesională îl oferă și prin faptul că a avea un loc de muncă este dezirabil social (van der Meer, 2014, p. 26). Efectul șomajului, pe lângă reducerea sursei de venit, se răsfrânge și asupra unor dimensiuni psihologice și sociale (Di Tella *et al.*, 2003 *apud* van der Meer, 2014 p. 21). Acest efect poate fi resimțit mai grav de către bărbați decât de femei (van der Meer, 2014, p. 21), detaliu important în contextul în care 95 % (ANP, 2017) dintre deținuții din penitenciarele românești sunt de sex masculin. Identitatea socială masculină se centrează în jurul muncii, pe când la identitatea socială feminină o contribuție mai mare o au rolurile din afara sferei muncii precum cele de mamă, de soție (Cinamon și Rich 2002, *apud* van der Meer, 2014). Un factor care

influențează această centrare a bărbatului în jurul ocupației este cultura, care are un rol important în medierea efectului șomajului asupra bunăstării individuale. Societatea românească se conformează unui tipar cultural „cu accent pe valorile tradiționale și sub influența celor de supraviețuire (siguranță fizică și economică)” (David, 2015) ceea ce ar putea exacerba modul în care bărbații resimt șomajul la nivel psihologic. Cu toate acestea, nu trebuie ignorat efectul mediator al subculturii delincvente. În cazul deținuților din România, munca are valoare funcțională, un mijloc „prin care să-și materializeze repede dorințele”, iar pentru o parte importantă din deținuții bărbați, munca este considerată o povară (Florian, 2009).

Chiar și în aceste condiții, după prima lună de libertate, apare dorința de autonomie economică (Durnescu, 2017, p. 12) și orientarea către opțiunea de a munci. Este o perioadă critică în care se poate împiedica pasul spre recidivă. Apelul la rețeaua socială este salutar dar, în urma detenției, se slăbesc legăturile sociale ale persoanei care a fost privată de libertate și scad șansele de găsire a unui loc de muncă, prin intermediul capitalului social (Hagan 1993, *apud* Pager, 2003, p. 941). O altă soluție ar fi ca cel care caută un loc de muncă să acumuleze calificări cerute de angajatori, dar penitenciarele din România nu dispun de resurse pentru programe de reintegrare prin cursuri de calificare adaptate pieței muncii (Ștefan, 2006). În aceste condiții, foștii deținuți se îndreaptă către munca fără forme legale sau cea sezonieră, alegeri care oferă câștiguri demotivante, mai mici decât cele pe care le-ar obține din infracțiuni (Durnescu, 2018 *apud* Strategia națională de reintegrare socială a persoanelor private de libertate 2020–2024).

DISCRIMINAREA-CADRU TEORETIC

Conform lui Allport, stereotipul reprezintă componenta cognitivă a reprezentărilor mentale, iar prejudiciul, partea afectivă a acestora (Fibbi *et al.*, 2021). Discriminarea diferă de stereotip și prejudecată, cele două fiind definite ca reprezentări mentale, superficiale, despre grupurile evaluate, al căror rezultat este o reacție comportamentală de respingere (Chelcea *et al.*, 2010). Motivele discriminării pot fi de natură personală, individuală, exprimate sub forma unor atitudini fățișe (în cazul persoanelor mai conservatoare, autoritare) ori sub forme subtile care, conform teoriilor rasismului modern (McConahay, 1986) și a rasismului simbolic (asociat valorilor conservatoare, în special individualismului) (Sears și Henry, 2003), provin dintr-un conflict atitudinal al membrilor grupului majoritar: dorința altruistă de a-i ajuta pe cei nevoiași *versus* învinuirea acestora pentru starea în care se află. Teoria aversivă a rasismului completează explicațiile discriminării, printr-un conflict între atitudini ambivalente, al cărui rezultat este evitarea persoanelor din grupul vizat.

Teoriile individuale ale discriminării justifică formele subtile de respingere printr-un model disociativ între atitudinile conștiente, egalitariste și atitudinile inconștiente care au la bază stereotipurile. În cazul discriminării de pe piața muncii, modelele teoretice economice (Becks 1957, Phelps 1972, Arrow, 1973 *apud* Fibbi *et al.*, 2021, p. 26) susțin că angajatorul, prin încercarea de a-și maximiza profitul, va evita să angajeze persoane asociate cu diverse stereotipuri negative. Astfel, angajatorul va filtra solicitanții în funcție de caracteristicile grupului pe care îl reprezintă aceștia, caracteristici care vor prima în dauna trăsăturilor individuale. Acest tip de discriminare nu are la bază prejudecată, ci o evaluare statistică a caracteristicilor grupului din care face parte solicitantul (Petersen, 2005). Teoriile organizaționale consideră discriminarea în organizație drept un rezultat al transpunerii diferențelor social-culturale dintre categoriile sociale, în cadrul companiei. Acestea sunt menținute prin inegalitatea recompenselor și acapararea resurselor de către reprezentanții grupului dominant. Chiar și în cazul formalizărilor procedurilor organizaționale, conform principiilor birocratice, pentru a minimiza discriminarea, etapa angajării este cea în care apar cel mai des atitudini discriminatorii (Petersen și Saporta, 2004). Controlul birocratic este slab în această etapă, iar datele folosite de angajator pentru a lua decizia sunt incomplete. Solicitantul își poate pregăti o prezentare nesinceră, informațiile oferite de acesta pot fi trunchiate, iar angajatorul, pentru a-și ușura munca, decide conform stereotipurilor asociate grupului din care face parte solicitantul. Această soluție îi este facilitată și de descrieri vagi ale postului care îi oferă mijloace de a discrimina voalat (Bendick Jr. și Nunes, 2012).

Pager și Shepherd (2008) explică practicile discriminatorii pornind de la structura socială și extind cercetarea în domeniul grupului vulnerabil al foștilor deținuți. Aceștia definesc discriminarea instituțională (practicile dintr-o instituție care conduc la dezavantajarea sistematică a anumitor grupuri) (Fibbi *et. al.*, 2021, p. 38) și afirmă că respingerea candidatului sau limitarea accesului la posturi cu salarii mici poate avea efecte cumulative a căror consecință este recidiva.

O altă concluzie a studiilor lui Pager și Shepherd este că în societatea americană există discriminare în baza stigmatului cazierului judiciar și a etniei. Stigmatul social este definit de Bruce și Phelan (2001) ca o manifestare concomitentă a tuturor etichetărilor, stereotipizărilor, a pierderii statutului și a discriminării. Efectul stigmatului este simțit în toate dimensiunile vieții sociale (personală și profesională), afectează sănătatea, sursele de venit și poate duce la un comportament deviant. Stigma este definită de Goffman (1963) ca un atribut personal care diferențiază negativ individul de cei din jurul său și după care este categorizat ca o persoană indezirabilă. Acest atribut poate fi de natură fizică, precum o malformație sau un handicap, o trăsătură de personalitate negativă, inferată din anumite comportamente ori atitudini, sau rasa, etnia, credințele religioase (Goffman, 1963, p. 7).

Stigma asociată cazierului judiciar semnalează celorlalți că persoana respectivă ar putea avea comportament deviant și devine motiv de respingere din partea societății (Goffman, 1990 *apud* Rovira 2019, p. 15). Mai mult, acest stigmat modifică efectul discriminării rasiale și ridică standardele de angajare pentru cei care fac parte dintr-un grup etnic defavorizat (Pager și Western, 2009), iar asocierea antecedentelor penale cu un salariu mic și cu instabilitatea locului de muncă este un alt factor care îngreunează reintegrarea socială (Apel și Sweeten, 2010, Lott, J. 1990 *apud* Rovira, 2019 p. 16). Cazierul juridic, ca semn al stigmatului, afectează credibilitatea fostului deținut și îi scade șansele de angajare (Băluță, 2012), acest efect, alături de celelalte menționate, favorizând recidiva. Trebuie precizat că această stigmatizare se extinde și asupra membrilor familiei persoanei care a fost privată de libertate (Clear, 2008 *apud* Rovira, 2019, p. 16).

Asociate statutului de fost deținut sunt și alte caracteristici des întâlnite în populația penitenciară. Astfel, un profil statistic educațional și profesional succint al populației penitenciare oferă o imagine a potențialelor provocări cu care un fost deținut s-ar putea confrunta pe piața muncii: 74,77 % nu aveau un loc de muncă la momentul arestării, iar 65,23 % au declarat că nu au nicio calificare profesională (Strategia națională de reintegrare socială a persoanelor private de libertate 2020–2024, 2020). În privința educației, situația este prezentată în tabelul de mai jos:

Tabelul nr. 1

Profil statistic al populației penitenciare (Anul 2019)

Nivel școlarizare		
Analfabeți	7%	1481
Primar	16,83%	3418
Gimnazial	39,18%	7956
Liceal	17,67%	3588
Studii profesionale	10,91%	2068
Postliceale / școală de maiștri	0,7%	142
Universitar	3,41%	692
		20304

(HG nr. 430/2020 privind aprobarea Strategiei naționale de reintegrare socială a persoanelor private de libertate 2020–2024)

Organizarea unor cursuri de calificare, de nivel intermediar, pentru meserii adaptate pieței muncii este un mod prin care penitenciarul poate contribui la creșterea șanselor de angajare ale deținuților. În ciuda confirmărilor științifice repetate pentru această cale de reabilitare, numărul participanților la cursurile de calificare organizate în timpul detenției scade de la 2 569 în anul 2014 (dintr-un total de 26 893 deținuți condamnați definitiv conform datelor ANP, 2014) la 179 în anul 2018 (dintr-un total de 18 196 deținuți condamnați definitiv, conform ANP,

2018). Însă, chiar și în condițiile în care penitenciarul sau oricare altă organizație ar putea califica adecvat deținuții, cât de accesibilă este piața muncii pentru o persoană care a fost privată de libertate?

În privința cadrului legislativ, există obligativitatea solicitării cazierului judiciar pentru profesii precum farmacist, medic și medic stomatolog (art. 481, art. 390, art. 562 din Legea 95 / 2006), consilier juridic (art. 9 din Legea 514 / 2003), paznic (art. 37. din Legea 333 / 2003) gestionar (art. 4 din Legea 22 / 1969), funcționar public (art. 49 din H.G. 611 / 2008), dar Legea 363 / 2018, privind prelucrarea datelor cu caracter personal, prevede sancționarea angajatorilor dacă solicitarea cazierului nu este justificată legal.

Conform lui Durnescu (2008), angajatorii sunt în mare parte receptivi să angajeze persoane cu antecedente penale, însă nu acceptă persoanele care au comis fapte violente sau de natură sexuală.

Drept urmare, am putea spune că există un cadrul legislativ care creează condițiile unui proces de angajare obiectiv, iar angajatorii sunt deschiși să angajeze persoane care au fost private de libertate, însă rezultatele studiului de față oferă o imagine actuală a receptivității angajatorilor în fața unui solicitant cu antecedente penale, imagine diferită de cea menționată în studiul anterior.

IPOTEZA ȘI ÎNTREBĂRILE DE CERCETARE

Conform primei ipoteze, se presupune că șansele de angajare ale unei persoane care semnalează, în CV-ul trimis angajatorului, că a trecut prin experiența detenției, sunt mai mici decât cele ale unei persoane, cu aceeași pregătire profesională și educațională, dar care nu are menționate în CV detalii referitoare la antecedente penale. Prin cea de-a doua ipoteză se consideră că există posibilitatea construirii unui indice al companiilor angajatoare, conform unor caracteristici economice, care să estimeze disponibilitatea de a angaja persoane cu antecedente penale.

Întrebările la care răspunde această cercetare sunt următoarele:

Întrebarea de cercetare 1: Există discriminare pe piața muncii din România în baza cazierului judiciar?

Întrebarea de cercetare 2: Se pot identifica anumite caracteristici ale companiilor angajatoare astfel încât demersul de aplicare al unei persoane cu antecedente penale să fie mai facil?

METODOLOGIE

Eșantionul cercetării nu a inclus oferte de muncă condiționate de cazierul judiciar, iar metoda folosită, cea a testelor de audit, permite studierea efectului stigmatului asociat cazierului judiciar (antecedentelor penale), printr-un control

mai bun al altor variabile care pot avea legătură cu statutul de fost deținut (educație precară, lipsa calificărilor, etnia etc.). În proiectarea cercetării am luat în considerare și provocările întâlnite în piața muncii care, în acest caz, ar putea fi în defavoarea oricărui tip de discriminare. Astfel, declinul demografic, numărul mare de emigranți români, „dezechilibrele între fluxurile de intrări în categoria populației cu vârsta de muncă și fluxurile de ieșiri” (Chivu și George, 2020, p. 268) se numără printre caracteristicile unei piețe a muncii „sub presiune” (*Idem*), dar care ar putea determina relaxarea filtrelor de angajare.

Studiile al căror subiect este discriminarea persoanelor cu trecut infracțional au avut rezultate valide și fidele, în urma folosirii metodei testelor de corespondență. Acestea sunt o variantă mai puțin costisitoare și la fel de precisă a testelor de audit. Testele de corespondență nu presupun instruirea unor echipe de aplicanți – asemănători în privința variabilelor de control, dar diferiți în ceea ce privește variabila experimentală – ce se prezintă în persoană să aplice pentru diverse locuri de muncă (Neumark, 2010) și permit controlul unor variabile precum etnia, sexul, vârsta și aspecte ce țin de înfățișarea fizică ori de comportament, care ar putea influența evaluarea angajatorului în cadrul unei interacțiuni față în față. Testele de corespondență presupun folosirea corespondenței în aplicația pentru un loc de muncă, în cazul de față, a internetului, pentru a trimite angajatorilor CV-urile unor aplicanți fictivi. Prin intermediul acestei metode se poate afla nivelul de discriminare în funcție de regiunea geografică sau de tipul ofertei de muncă, și se pot obține informații utile despre caracteristicile angajatorilor care aleg să discrimineze în baza unei anumite trăsături (Rooth, 2021). Printre neajunsurile acestei metode se numără posibilitatea de a identifica discriminarea doar în prima parte a procedurii de angajare – ceea ce poate duce la o supra- sau sub-estimare a discriminării, fiindcă majoritatea procedurilor de angajare au mai mulți pași până la oferta finală (Jacquemet și Yannelis, 2012, p. 4) – și faptul că estimează nivelul de discriminare folosind exclusiv firmele care își publică anunțurile de angajare. Acest ultim aspect poate slăbi validitatea externă a metodei (Rooth, 2021).

Ipotezele au fost verificate prin metode complementare, cantitative și calitative. În prima etapă a cercetării s-au folosit testele de corespondență; astfel, angajatorii au primit, prin intermediul platformelor online, CV-uri fictive. Aceste CV-uri au fost grupate în pereche și au conținut detalii similare în privința pregătirii profesionale și a educației, cu singura variabilă diferită, cea care semnaliza prezența sau absența unui trecut infracțional. Elementul care a făcut diferența a fost cel referitor la antecedentele penale: unul dintre CV-uri specifica experiența în muncă de un an și trei luni, ca bibliotecar, într-un penitenciar, iar în CV-ul pereche, echivalentul acestei perioade, a fost o pauză între joburi de aproximativ doi ani.

Pentru a menține ceilalți factori constanți, am ales profiluri identice sociodemografic și profesional, în funcție de anumite caracteristici ale populației penitenciare. Solicitanții fictivi au fost bărbați, de etnie română, pentru a evita

discriminarea în baza etniei, iar CV-urile nu conțineau poză, pentru a elimina riscul discriminării pe criterii de ordin fizic. Alegerea unor profiluri de persoane tinere, de 26 de ani, a fost motivată de ipoteza că există o mai mare probabilitate ca persoanele tinere să fie mai afectate profesional de un cazier judiciar însemnat, decât persoanele mature cu o carieră consolidată (Rovira, 2019). De asemenea, am evitat riscul prin care angajatorii refuză un aplicant pe motiv că nu s-ar potrivi unui ideal de productivitate (Jacquemet și Yannelis, 2012) prin menționarea unor experiențe de lucru variate și susținute.

În privința limitelor cercetării, CV-urile fiind identice în privința vârstei candidatului, a etniei, cu experiențe de lucru și educație similară, nu au permis măsurarea influenței acestor variabile asupra alegerii din partea angajatorilor. De asemenea, faptul că numele profilurilor au fost diferite nu a permis controlul acestei variabile. Limitările menționate ar fi putut fi depășite prin metoda *factorial survey*, demers care ar fi depășit resursele studiului de față. O altă limită a cercetării este profilul solicitantului, specific unui segment restrâns al populației penitenciare. Am ales profilul unei persoane cu studii liceale, însă majoritatea celor închiși au terminat doar ciclul primar și gimnaziul. Mai mult, experiența profesională asociată profilului este destul de variată și susținută, fapt diferit de situația reală din cadrul populației penitenciare. Pentru studii viitoare pe această temă, este recomandată folosirea unor profiluri specifice unor segmente mai mari ale populației penitenciare, cu toate că riscul ca CV-urile să fie ignorate de angajatori este mare.

Aplicațiile pentru posturi au fost făcute prin intermediul internetului, activitate care nu corespunde modului în care un fost deținut ar încerca să-și găsească un loc de muncă. În studii anterioare privind ocuparea ca mijloc de reintegrare socială, majoritatea persoanelor cu antecedente penale intervievate au declarat că își vor căuta de lucru folosind anunțurile din ziare, prin cunoștințe sau prin contactarea directă a angajatorilor. Doar 16 % (Isăilă *et al.*, 2011) au menționat internetul ca mijloc de căutare a unui loc de muncă. Recrutorii intervievați în această cercetare au confirmat marginalitatea opțiunii de aplicare online în cazul persoanelor cu antecedente penale. Această limitare ar fi fost evitată dacă s-ar fi aplicat și la anunțurile de angajare din ziarele specializate.

CONSIDERAȚII ETICE

Pentru că implică folosirea unor documente fictive – CV-urile – și inducerea în eroare a unor participanți (angajatorii), testele de corespondență sunt admise într-o cercetare doar dacă rezultatele au o valoare științifică (Riach și Rich, 2004 *apud* Rovira, 2019). De asemenea, permisiunea de a folosi aceste teste prevede ca participanții să nu fie prejudiciați. Normele de cercetare etică sunt respectate prin faptul că, pe parcursul acestei cercetări, niciun participant nu a suferit pierderi materiale ori imateriale, iar valoarea științifică este justificată prin materializarea

acesteia, în direcții practice, pentru îmbunătățirea reintegrării sociale a persoanelor în risc de excluziune socială din cauza trecutului infracțional.

EȘANTIONUL

Perechile de CV-uri au fost trimise în perioada iulie – septembrie 2021, către 253 oferte de muncă (angajatori), însumând 506 de aplicații în mediul online. Am ales doar ofertele de muncă din București, având în vedere că este cea mai dezvoltată zonă economică din țară¹, cu cel mai ridicat procent al salariișilor în totalul populației ocupate și cu nivel redus al șomajului. Am aplicat la anunțuri postate de cel mult zece zile, iar unele dintre acestea cereau calificare de chelner sau ospătar, aspect acoperit prin menționarea în ambele CV-uri a experiențelor de muncă, de peste un an, în aceste domenii. Celelalte anunțuri se refereau la manipulator marfă, ambalator, recepționar hotel, *bellboy*, curier poștal, curier mâncare, vânzător, merchandiser, personal curățenie, operator *call center*. Alegerea acestor posturi este motivată de echivalența dintre cerințele educaționale, profesionale ale posturilor și profilul statistic al unei persoane cu antecedente penale și studii liceale.

RĂSPUNSURILE

Pentru o analiză mai detaliată a reacțiilor angajatorilor, am documentat caracteristicile economice ale companiilor și am înregistrat cifra de afaceri, anul înființării și numărul de angajați. Reacțiile acestora au fost înregistrate conform următoarei grile:

Status CV	Reacție angajator
Vizualizat = 1	Sunat și chemat la interviu = 1
	Sunat și refuzat = 2
	Nu a sunat = 0
Nevizualizat = 0	Nu a sunat = 0

La cele 506 aplicații am primit 314 vizualizări ale CV-urilor, 90 de apeluri telefonice, dintre care 69 favorabile. Dintre cele 69 apeluri favorabile, doar 14 au fost pentru CV-urile cu mențiunea unei condamnări penale.

¹ Conform INSSE Municipiul București a contribuit cu 25 % la PIB, în anul 2019 <http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>.

Tabelul nr. 2

Reacție * Cazier

Frecvență		Cazier		Total
		0	1	
Reacție	0	198	218	416
	1	55	14	69
	2	0	21	21
Total		253	253	506

Tabelul nr. 3

Sună * Cazier

Frecvență		Cazier		Total
		0	1	
Sună	Nu	108	116	224
	Da	55	35	90
Total		163	151	314

Tabelul nr. 4

Accept * Cazier

Frecvență		Cazier		Total
		0	1	
Accept	0	0	21	21
	1	55	14	69
Total		55	35	90

Analiza a fost făcută prin rularea de modele multinivel, pentru că acestea sunt mai potrivite în cazul datelor grupate (CV-urile au fost grupate în perechi) decât analiza de regresie multiplă. Un alt argument pentru alegerea acestui tip de analiză este numărul mic de parametri folosit de regresia multinivel (un parametru *per* variabilă în contrast cu până la 25 de parametri în cazul modelelor de regresie obișnuite), ceea ce este foarte util când eșantionul este mic și supus analizelor statistice complexe (Buxton, 2008). Prin natura lor, datele sunt în mod firesc ierarhice: unitatea de analiză primară este CV-ul solicitantului. CV-urile sunt trimise în perechi, fiind astfel grupate în joburile unde se aplică. Consecința este de a folosi modele ierarhice (multinivel) (Voicu, 2012).

În analiza de regresie multinivel, făcută în Rstudio, am inclus următoarele variabile:

1. Cazier (prezența/absența mențiunii antecedentelor penale) (variabilă independentă).
2. Reacția angajatorilor (sună, nu sună, cheamă la interviu) (variabilă dependentă).
3. Numărul de angajați ai companiei (variabilă independentă).
4. Anul de înființare al companiei (variabilă independentă).

În consecință, estimarea este de tip logit, fiind prezise probabilitățile de contactare telefonică și cea de acceptare pentru interviu, în funcție de prezența / absența mențiunii antecedentelor penale, de vechimea pe piață a angajatorilor și de numărul de angajați, conform următoarelor formule:

- Probabilitatea de a fi sunat = $f[CV, \log(Nr. \text{ angajați}+1), \text{Anul înființării}, \log(\text{Cifra afaceri}+1)]$.

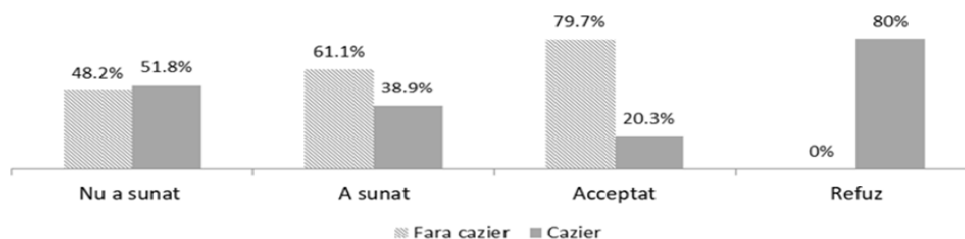
• Probabilitatea de a fi chemat la interviu = $f[CV, \log(Nr \text{ angajați}+1), \text{Anul înființării}]$.

În consecință, estimarea este de tip logit, iar diferențele de răspuns ale angajatorilor au fost explicate prin estimări ale probabilității de contactare telefonică și acceptare pentru interviu, în funcție de vechimea pe piață a angajatorilor, de numărul de angajați și de cazier (absența / prezența antecedentelor penale ale solicitantului), luând în considerare efectele de interacțiune dintre aceste variabile.

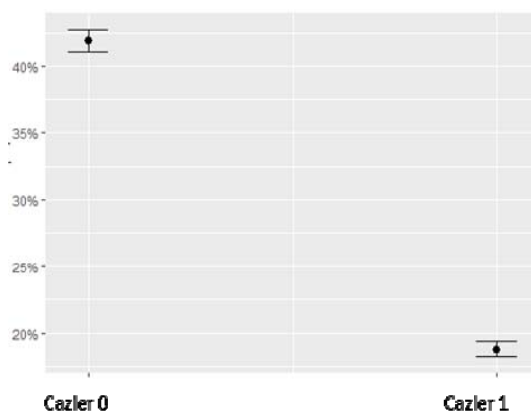
REZULTATE

Prin metoda testelor de corespondență s-a verificat existența unor răspunsuri discriminatorii din partea angajatorilor, în baza cazierului, iar interviurile în profunzime au oferit posibile explicații pentru aceste reacții.

Pentru ambele profiluri, lipsa de reacție a angajatorilor este la un nivel asemănător (48 % și 52 %), ceea ce sugerează că CV-urile au conținut informații nepotrivite cerințelor angajatorilor (indicator pentru validitatea de construct a instrumentului), că posturile respective fuseseră ocupate la data aplicării, ori că angajatorul nu a avut timp să vizualizeze CV-urile trimise de noi. Răspunsurile favorabile sunt de aproape patru ori mai mari pentru profilul fără antecedente penale. De remarcat este că doar profilul care conține experiența de lucru în penitenciar a înregistrat refuzuri directe, adică s-a specificat clar că nu se poate colabora. Trebuie menționat că refuzurile au apărut în urma apelurilor recrutorilor care omiseseră să citească unele detalii din CV, printre care și experiența de lucru în detenție. Acestea au fost clarificate în urma unor discuții telefonice iar reacția recrutorilor / angajatorilor a fost de a refuza colaborarea.

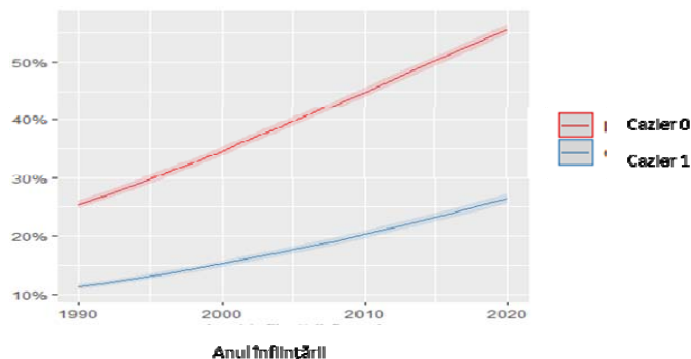


Grafic nr. 1. Reacția angajatorilor în funcție de antecedentele penale.



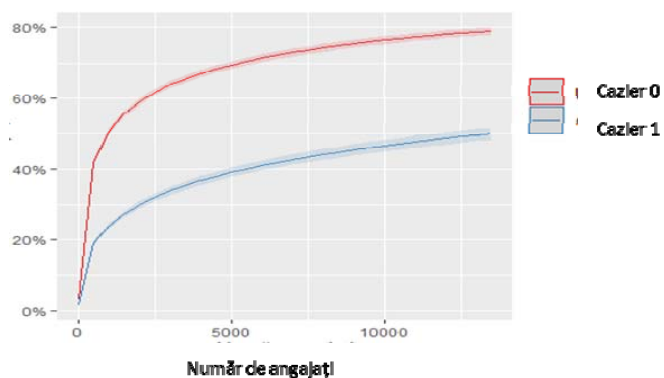
Grafic nr. 2. Probabilitatea așteptată de a fi sunat.

La fiecare dintre acestea am adăugat interacțiunile dintre variabile, iar în urma analizei rezultă că probabilitatea de contactare telefonică, în cazul subeșantionului de CV-uri vizualizate, având celelalte variabile sub control, este de 5 % pentru profilul cu mențiunea experienței de lucru în detenție, și de 47 % pentru profilul fără această mențiune.



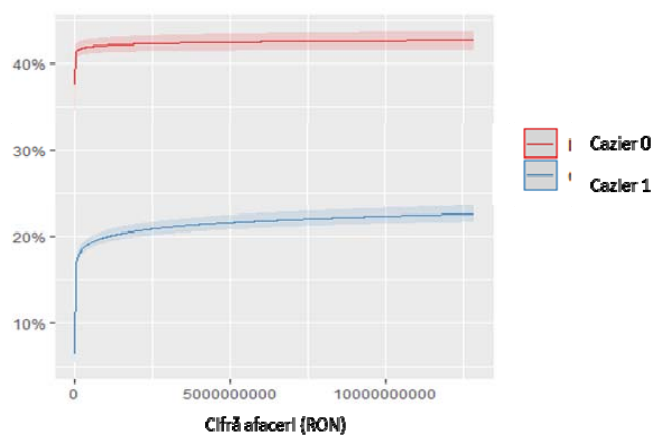
Grafic nr. 3. Probabilitatea așteptată de a fi sunat în funcție de anul înființării firmei.

Atunci când includem și variabila anului înființării firmei, probabilitatea de contactare telefonică nu oscilează considerabil în cazul profilului fără cazier însă, pentru profilul cu antecedente penale, probabilitatea de a fi contactat crește pe măsură ce firma este înființată mai recent.



Grafic nr. 4. Probabilitatea așteptată de a fi sunat în funcție de numărul de angajați.

În funcție de numărul de angajați ai companiei, probabilitatea de a fi contactat crește în raport direct cu numărul de angajați însă, chiar și în acest caz, există o diferență de peste 30% între cele două profiluri. În același timp se observă probabilități de contactare telefonică apropiate pentru ambele profiluri, în cazul firmelor cu 150 angajați.

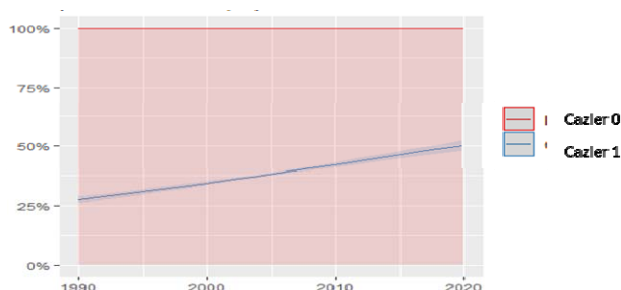


Grafic nr. 5. Probabilitatea așteptată de a fi sunat în funcție de cifra de afaceri.

În funcție de cifra de afaceri, diferența dintre cele două profiluri se menține, însă, pe măsură ce crește cifra de afaceri, probabilitatea de a fi contactat ajunge până la 20 % pentru profilul care are antecedente penale.



Grafic nr. 6. Probabilitatea așteptată pentru un interviu.



Grafic nr. 7. Probabilitatea așteptată pentru un interviu în funcție de anul înființării firmei.

În privința probabilității de a fi chemat la interviu, pentru eșantionul cercetării, aceasta este cu 50 % mai mică în cazul profilului care are cazier, iar în funcție de anul înființării firmei, probabilitatea de a fi chemat la interviu crește pe măsură ce firma este mai nouă pe piață. Aceste ultimele două observații trebuie tratate cu grijă. Subeșantionului nu înregistrează variație în cazul profilului fără antecedente penale ceea ce determină analiza să indice un interval de încredere de 100%.

CERCETAREA CALITATIVĂ

Analiza rezultatelor testelor de corespondență este coroborată cu cea a unor interviuri la care au participat 9 recrutori, de sex feminin, cu studii în psihologie, sociologie și economie. Experiența în domeniu a recrutorilor variază între 2 și 25 ani, iar printre companiile pentru care lucrau la momentul interviuării se numără Adecco, Business Power Development, Luxoft sau firme proprii de recrutare. Interviurile au fost aplicate în perioada septembrie – octombrie 2021, iar temele de discuție au fost:

- Impedimentele cel mai des întâlnite pe piața muncii, în privința solicitanților pentru munci necalificate – fiindcă aceste domenii sunt cele în care este mult mai probabil ca o persoană cu antecedente penale să aplice.

- Canalele prin care recrutează forță de muncă pentru posturi care nu necesită calificări.
- Provocările cu care se confruntă cei cu antecedente penale în timpul recrutării.
- Modul în care sunt percepute pauzele între joburi în CV – pentru că o persoană care a fost în detenție poate să mascheze în CV, printr-o perioadă de inactivitate, timpul condamnării.
- Reacția angajatorilor față de un solicitant care are cazier.
- Demersul de recrutare a unei persoane cu antecedente penale.
- Sugestii care să ajute persoanele cu antecedente penale să-și găsească un loc de muncă.

Astfel, *canalele de recrutare* cel mai des folosite pentru posturile de muncă necalificate sunt anunțurile în ziare, recomandări ale cunoștințelor / rudelor; în zonele rurale, primăriile și bisericile, dar și materiale precum bannere ori fluturași.

„Recrutorul, când se duce într-un sat sau undeva în rural, se oprește la liturghie, la primărie, rar recrutează prin internet... Mai folosim și ziare locale în orașe mici” (C., 10 ani experiență în recrutarea RU).

„Avem în baza de date, dar pentru blue collar folosim și afișe sau flyere... A fost un caz unde am folosit internetul. Recrutorul a început să sune vânzătorii de pe Olx din zona aia și i-a invitat la interviu. Dar asta ține și de inventivitatea recrutorului” (L, 7 ani experiență în recrutarea RU).

Problemele cel mai des întâlnite în recrutarea pentru munci necalificate sunt lipsa de seriozitate în respectarea angajamentelor (se prezintă târziu la interviu sau deloc, nu respectă programul de muncă), așteptările salariale nerealiste, care în parte sunt încurajate și de competiția dintre angajatori și dificultățile pe care solicitanții le au în înțelegerea responsabilităților și formalităților unui loc de muncă (contract de muncă, siguranța muncii etc).

„Nu înțeleg ce înseamnă un contract și nu respectă. Vine la serviciu câteva zile apoi se prezintă că-și vrea banii” (R., 2 ani experiență în recrutarea RU).

E o problemă de mindset, de alfabetizare. Nu-și respectă programările, nu știu să pună întrebări și au niște pretenții... În parte e de înțeles că și angajatorii, prin competiția pentru angajați alimentează cerințele lor salariale nejustificate” (C.D., 12 ani experiență în recrutarea RU).

Cea mai mare problemă a aplicanților cu antecedente penale este *cazierul*. *Lipsa calificărilor* nu pare a fi atât de importantă fiindcă, în funcție de disponibilitatea angajatorului și de proactivitatea solicitantului, acesta se poate califica la locul de muncă. Nici *perioadele de inactivitate dintre joburi* nu constituie o problemă, acestea pot fi puse pe seama muncii în agricultură sau în străinătate. Ridică mai multe semne de întrebare un candidat care își schimbă joburile des, decât unul cu perioade lipsă în CV. În privința educației, *studiile gimnaziale* pot fi suficiente pentru posturile care presupun activități manuale, în cazul acestora, la angajare, administrându-se teste de aptitudini, nu de cunoștințe.

„Nu e o problemă calificarea, se poate califica la locul de muncă dar dacă are cazier e mai greu. Chiar și dacă are calificare, cazierul contează destul de mult” (C.A., 25 de ani experiență în recrutare RU).

„Posturile pentru care am recrutat pe blue nu cereau calificare. Pentru vânzător sau curățenie nu era nevoie. Și nici educație, am angajat și cu opt clase fiindcă aplicam doar niște teste psihologice de aptitudini” (A., 7 ani experiență în recrutare RU).

„La blue collar se întâmplă des să vezi pauze în CV. Dar dacă e din rural te gândești la agricultură sau munca în străinătate. Doar dacă sunt prea mari golurile îți pui întrebări” (C.A., 25 de ani experiență în recrutare RU).

Conform recrutorilor, cea mai întâlnită *reacție a angajatorilor* la aplicația unei persoane care are cazier este cea de respingere. O persoană cu antecedente penale este respinsă în special pentru locurile de muncă care presupun lucrul cu banii sau cu date sensibile. Dacă solicitantul a omis să prezinte cazierul la începutul recrutării, în aceste cazuri, contractul va fi desfăcut după semnare, în condiții de forță majoră. Reticența angajatorului poate fi transformată într-un accept dacă recrutorul consideră că solicitantul are atitudinea potrivită, convingându-l că nu va mai recidiva, și prezintă motivele pentru care a comis infracțiunea, într-un mod în care își argumentează dorința de reabilitare.

Majoritatea recrutorilor a admis că există discriminare din partea angajatorilor în baza cazierului judiciar care indică un trecut infracțional. Printre motivele acestei discriminări se numără dorința de a nu-și asuma riscuri (motiv prevăzut și de explicațiile economice ale discriminării), lipsa unei educații în direcția responsabilității sociale care să privească acest aspect și atitudinea necorespunzătoare a solicitantului.

„Vreau să mă facă să înțeleg de ce a făcut ce a făcut. Și că nu va mai face. În cazul ăsta eu pot să insist la angajator să-l primească” (L, 7 ani experiență în recrutarea RU).

„Majoritatea angajatorilor refuză [n.a pe cei care au cazier] și asta și dintr-o lipsă de educație de corporate responsibility pe tema asta. Alții nu vor să se complice, văd ca pe un risc” (R., 2 ani experiență în recrutarea RU).

„Suntem recunoscuți la nivel de societate că nu integrăm [n.a. pe cei care au ieșit din închisoare]. E vorba de discriminare aici, dar e discriminare și pe sex și pe orientare sexuală, sunt multe cazuri” (C.F., 10 ani experiență în recrutare RU).

Una dintre strategiile posibile în cadrul recrutării, pentru cei cu antecedente penale, sugerate de experții intervievați, presupune amânarea depunerii cazierului pentru un moment ulterior semnării contractului. Aceasta poate fi făcută prin omiterea oricărei mențiuni referitoare la condamnare. O altă abordare presupune sinceritatea solicitantului încă de la primul interviu de angajare. Această sinceritate trebuie dublată de o poveste prin care să explice motivele care l-au împins să încalce legea și să sublinieze dorința de reabilitare. O astfel de prezentare este necesară și în cazul în care solicitantul amână discuția despre faptele din cazier până la un moment ulterior semnării contractului.

În privința sugestiilor pentru îmbunătățirea procesului de reabilitare, recrutorii sunt deschiși la colaborarea cu penitenciarele, pentru organizarea unor *programe de pregătire profesională*, prin care cei care urmează să se elibereze, ar ajunge să aibă așteptări realiste și să învețe cum să se prezinte la interviuri. Această colaborare s-ar putea limita la instruirea unor echipe de educatori și asistenți sociali din penitenciar care să susțină sesiunile de pregătire.

„Eu nu știu dacă ei sunt pregătiți cumva, nu doar să-și facă un CV dar și să știe la ce să se aștepte, ce salarii sunt, care sunt angajatorii din zonă. Un coaching profesional i-ar ajuta pe partea asta. Să se pregătească pentru un interviu, să știe ce să ceară” (C.A., 25 de ani experiență în recrutare RU).

„Aș fi deschisă să particip la un proiect de coaching. Chiar benevol. Și nu neapărat efectiv cu cei de acolo [n.a. deținuții] am putea face o curricula, am putea face niște cursuri cu personalul” (C.F., 10 ani experiență în recrutare RU).

O altă soluție propusă de recrutori este organizarea unor *cursuri de programare IT în penitenciare*, pentru începători, cu instructor, urmând ca, odată ce cursanții avansează, să continue studiul codării, *online*.

„O persoană care are doar liceul se poate descurca [n. a. cursuri de programare IT]. Am avut și candidați foști mecanici care au avansat destul de bine” (C.R., 7 ani experiență în recrutarea RU).

O altă idee a experților recrutori este *scrisoarea de recomandare* din partea unei persoane oficiale din penitenciar. Aceasta poate adăuga la credibilitatea dorinței de reabilitare a solicitantului.

„Când iese, cu actele ce i se dau, obligatoriu o recomandare de la cineva din grupul de suport din penitenciar. Cu date de contact, descriere, un istoric al activității din închisoare. Nu-l arunci așa și închizi ușa în urma lui, că se întoarce” (A., 7 ani experiență în recrutare RU).

DISCUȚIE

Ipoteza conform căreia persoanele cu antecedente penale au mai puține șanse de a obține un loc de muncă, în România, decât cele care nu au antecedente penale este susținută de rezultatele cercetării. Din cei 69 de angajatori care au răspuns CV-urilor, doar 14 au acceptat să cheme solicitantul la interviu în baza profilului în care se menționau antecedentele penale. Gama ofertelor acestor companii include posturi *entry-level* în domeniul hotelier, bar și restaurant, curier, agent *call center*, manipulant marfă și lucrător comercial. Majoritatea acestor companii au o vechime pe piață de peste zece ani și peste 300 de angajați. Doar două companii au mai puțin de 50 de angajați și vechime pe piață de doi, respectiv șase ani.

Aceste rezultate diferă în parte de cele ale cercetării menționate anterior (Durnescu, 2008) – ipoteza discriminării nu a fost susținută în studiul respectiv – însă cercetarea noastră o completează, confirmând posibilitatea estimării gradului de discriminare al angajatorilor, prin clasificarea acestora în funcție de caracteristicile economice. De asemenea, aduce detalii utile referitoare la procesul de reintegrare socială post-detenție, subiect central al incursiunii etnografice făcute de Rotariu (2021).

Studiul de față susține opinia lui Naylor (2011) conform căreia mecanismele legale și sociale ce măresc oportunitățile de angajare și minimizează accesul la informații personale irelevante, sunt importante pentru reabilitare, dar nu suficiente. Faptul că majoritatea angajatorilor, participanți la acest studiu, au respins candidatul cu antecedente penale, fără temei legal, indică nevoia unor măsuri mai eficiente. Una dintre acestea ar putea fi similară cu cea menționată de Larrauri (2011), prin care se permite accesul la datele de natură penală doar poliției și judecătorilor. O altă sugestie susținută de cercetări la nivel internațional (Laraurri, 2011, Morgenstern, 2011, Naylor, 2011) este reducerea intervalului de timp prevăzut pentru eliminarea din cazierul judiciar a datelor penale. Prezentul studiu sprijină această propunere fiindcă, în România, perioada de reabilitare poate depăși cinci ani pentru anumite condamnări, timp în care accesul pe piața muncii este serios limitat pentru cei cu antecedente penale.

CONCLUZII

Pragmatismul rezultatelor experimentului se traduce în indicații specifice care să ghideze eforturile unei persoane cu antecedente penale în a-și găsi un loc de muncă. Astfel, acesta ar putea să urmeze două rute de aplicare: prima presupune depunerea CV-ului la anunțurile companiilor mai nou înființate, iar cea de-a doua sugerează solicitantului să se îndrepte către companiile cu un număr mare de angajați (peste 100). În traseul său poate fi asistat de către ANOFM, care să creeze o astfel de listă ce conține companiile indexate conform celor două trăsături economice.

Pentru direcții practice mai clare, ne propunem ca într-o viitoare analiză să includem și variabilele postului și domeniului de activitate în estimarea probabilității de acceptare a colaborării cu o persoană care are cazier. Astfel, lista disponibilă ar cuprinde companiile cu șanse mai mari de a accepta o persoană cu antecedente penale, în funcție de domeniul de activitate, de tipul postului, cifră de afaceri, vechime pe piață și numărul de angajați. De asemenea, persoanelor cu antecedente penale ar trebui să li se facă cunoscute companiile de recrutare care au politici non-discriminatorii și le pot accepta candidaturile.

Trebuie menționat că rezultatele acestui experiment nu pot fi generalizate la nivel național, dar ne așteptăm totuși ca aceste rezultate să fie reproduse, cu diferențe minore ale fidelității, și în zone diferite de Municipiului București. Testele de corespondență evidențiază că angajatorii contactați au reacționat discriminatoriu însă, pentru determinarea gradului general de discriminare față de persoanele care au cazier, pe piața muncii din România, sunt necesare studii longitudinale.

În concluzie, persoanele cu antecedente penale se confruntă cu riscul unui acces limitat la piața muncii și din cauza discriminării în baza cazierului judiciar. Cu toate că există legi care încearcă să compenseze acest aspect, primează stereotipurile care stau la baza respingerii candidaților foști deținuți. Soluțiile care pun accent pe informare corectă, rațională, au un rol important, dar eficiența lor este limitată dacă nu sunt dublate de investiții în infrastructura necesară calificării profesionale a deținuților. Astfel de investiții nu par posibile în viitorul apropiat, dar există opțiuni mai puțin costisitoare și la fel de necesare. Printre acestea se numără colaborarea între penitenciar și alte instituții, organizații care se pot implica în reintegrarea celor care au suferit pedepse privative de libertate. Sugestiile emise în această cercetare se bazează pe cooperarea dintre instituții și oferă instrumente care pot pune bazele unor canale de comunicare instituționalizate între penitenciar și alte organizații implicate în reintegrarea post-detenție.

BIBLIOGRAFIE

1. Administrația Națională a Penitenciarelor. (Nedat). *Dinamica efectivelor*. disponibil la <http://anp.gov.ro/informatii/dinamica-efectivelor-2/>, accesat la 07.05.2021.
2. Administrația Națională a Penitenciarelor. (2014). Raport de activitate. p. 1–62. disponibil la <http://anp.gov.ro/wp-content/uploads/2017/04/Raport-de-activitate-al-ANP-pe-anul-2014.pdf>, accesat la 07.05.2021.

3. Administrația Națională a Penitenciarelor. (2018). Raport de activitate. p. 1–63. disponibil la <http://anp.gov.ro/wp-content/uploads/2019/03/Raport-activitate-ANP-2018-1.pdf>, accesat la 07.05.2021.
4. Administrația Națională a Penitenciarelor. (2017) Situația privind capacitatea de cazare a unităților și efectivele acestora pe regimuri la data de 29.12.2017, disponibil la <http://anp.gov.ro/blog/lnk/statistici/>, accesat la 07.05.2021.
5. Badgett, L. Ho, D. Lau, H. Sears, B. (2007). *Bias in the Workplace: Consistent Evidence of Sexual Orientation and Gender Identity Discrimination*. The Williams Institute disponibil la https://www.researchgate.net/publication/237372776_Bias_in_the_Workplace_Consistent_Evidence_of_Sexual_Orientation_and_Gender_Identity_Discrimination accesat la 10.05.2021.
6. Bassanini, A. Saint-Martin, A. (2008) The price of prejudice: labour market discrimination on the grounds of gender and ethnicity. In *OECD Employment Outlook* (p. 1–81) OECD Publishing, Paris.
7. Băluța, C. (2012). Revenirea foștilor deținuți pe piața muncii și integrarea lor în societate. *Revista de economie socială*, p. 132–142.
8. Bendick Jr. și Nunes A.P. (2012). Developing the Research Basis for Controlling Bias in Hiring. *Journal of Social Issues*, 68(2), p. 238–262.
9. Blommaert, L. Coenders, M. van Tubergen, F. (2013) Ethnic Discrimination in Recruitment and Decision Makers' Features: Evidence from Laboratory Experiment and Survey Data using a Student Sample. *Soc Indic Res* 116, p. 731–754. DOI 10.1007/s11205-013-0329-4.
10. Buxton, R. (2008). *Statistics: Multilevel modelling*. Mathematics Learning Support Center. Disponibil la <https://www.statstutor.ac.uk/resources/uploaded/multilevelmodelling.pdf>, accesat la 21.03.2021.
11. Bruce, G., & Phelan, J.C. (2001). Conceptualizing stigma. *Annual Review of Sociology*. p. 363–385.
12. Chelcea, S., Duduciuc, A., & Ivan, L. (2010). *Psihologie Socială*. București: Comunicare.ro, p. 275–291.
13. Chivu, L., & George, G. (2020). *Piața muncii din România sub presiune. Cererea și oferta de forță de muncă*. București: Academia Română, Institutul Național de Cercetări Economice.
14. David, D. (2015). *Psihologia poporului român: profilul psihologic al românilor într-o monografie cognitiv-experimentală*. Iași: Polirom. p. 100–120.
15. Dâmboeanu, C. (2011). Fenomenul recidivei în România. *Calitatea Vieții*, p. 295–312.
16. Dâmboeanu, C. Ramakers, A. (2018). Prisoners' Perceptions About Postrelease Employment in Romania: Studying the Role of Human Capital and Labelling Factors in Explaining Optimism and Pessimism. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, p. 1–25.
17. Durnescu, I. (2008). Atitudinea agenților economici din sectorul privat cu privire la angajarea foștilor deținuți în Pachet Informativ: Reintegrarea socială a persoanelor condamnate penal și care aparțin unor grupuri vulnerabile, p. 70–84, disponibil la <https://artsdocbox.com/Humor/75726877-Pachet-informativ-reintegrarea-sociala-a-persoanelor-condamnate-penal-si-care-apartin-unor-grupuri-vulnerabile.html> accesat la 10.05.2021.
18. Durnescu, I. (2019). Work as a drama: The experience of former prisoners in the labour market. *European Journal of Criminology* 1–23. DOI: 10.1177/1477370819838718.
19. Fibbi R., Midtbøen A.H., Simon P. (2021) Theories of Discrimination. In *Migration and Discrimination* (p. 21–41). IMISCOE Research Series. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-67281-2_3.
20. Florian, G. (2009). *Psihologie penitenciară*. București: Oscar Print.
21. Goffman, E. (1963). *Stigma*. Londra: Penguin.

22. Guvernul României. (2020). HG nr. 430/2020 privind aprobarea Strategiei naționale de reintegrare socială a persoanelor private de libertate 2020–2024 disponibil la <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/226690>, accesată la data 10.05.2021.
23. Guvernul României (2008). Hotărâre nr. 611 din 4 iunie 2008 pentru aprobarea normelor privind organizarea și dezvoltarea carierei funcționarilor publici. Monitorul Oficial, disponibil la <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/95595>, accesat la 29.01.2022.
24. Ilie, S., Cristina, T., & Lucian, R. (2019). *Viața în detenție: sistem și calitate*. București: Pro Universitaria.
25. Isailă, Ș., Bădescu, G., & Miron, A. (2011). *Ocuparea ca mijloc activ în combaterea sărăciei și promovarea incluziunii sociale*. Cluj-Napoca: Institutul de Formare Economică și Socială.
26. International Labour Organization. (2010). *Women in labour markets: Measuring progress and identifying challenges* disponibil la https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_elm/---trends/documents/publication/wcms_123835.pdf accesat la data 10.05.2021.
27. Jacquemet, N. Yannelis, C. (2012). Indiscriminate Discrimination: A Correspondence Test for Ethnic Homophily in the Chicago Labor Market. *CES Working Papers* 2011–2013, pp. 1–12.
28. Laurent, T. Mihoubi, F. (2016). Sexual Orientation, Unemployment and Participation: Are Gays Less Employable than Straights? *J Labor Res* 38, p. 1–44.
29. Larrauri, E. (2011). Conviction records in Spain: obstacles to reintegration of offenders? *European Journal of Probation* 3(1), p. 50–62.
30. Marea adunare națională. (1969) Legea nr. 22 din 18 noiembrie 1969 privind angajarea gestionarilor, constituirea de garanții și răspunderea în legătură cu gestionarea bunurilor agentilor economici, autorităților sau instituțiilor publice. Monitorul oficial nr. 132 noiembrie 1969 disponibil la <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/218>, accesat la 29.01.2022.
31. Meer, P.H. (2014). Gender, Unemployment and Subjective Well-Being: Why Being Unemployed Is Worse for Men than for Women. *Soc Indic Res* 115, 23–44. DOI 10.1007/s11205-012-0207-5.
32. Miclea, R., Țica, G., & Chișea, F. (2012). Evaluarea procesului de incluziune socială prin încadrarea în muncă a persoanelor care au executat pedepse privative de libertate. *Revista de Asistență Socială*.
33. Morgenstern, C. (2011). Judicial Rehabilitation in Germany – The Use of Criminal.
34. Records and the Removal of Recorded Convictions. *European Journal of Probation* 3(1).
35. Morrisson, C. Jütting J.P. (2004). *The Impact of Social Institutions on the Economic Role of Women in Developing Countries*. OECD Development Centre Working Paper 234 disponibil la https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=55611, accesat la 26.07.2021.
36. Naylor, B. (2011). Criminal Records and Rehabilitation in Australia. *European Journal of Probation* 3(1), p. 79–96.
37. Neumark, D. (2010). Detecting discrimination in audit and correspondence studies. California: University of California at Irvine.
38. Pager, D. (2003). The Mark of a Criminal Record. *American Journal of Sociology*, p. 937–975.
39. Parlamentul României. (2009). Legea nr. 290 din 24 iunie 2004 (republicată) privind cazierul judiciar. Monitorul Oficial nr. 777 disponibil la <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/113349>, accesat la 29.01.2022.
40. Parlamentul României. (2015). Legea nr. 95 din 2006 (republicată). Monitorul Oficial nr. 652 din 28 august 2015, disponibil la <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/71139>, accesat la 29.01.2022.
41. Parlamentul României. (2003). Legea nr. 514 din 28 noiembrie 2003 privind organizarea și exercitarea profesiei de consilier juridic (actualizată până la data de 30 iunie 2006). Monitorul Oficial nr. 867 din 5 decembrie 2003, disponibil la <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/48194>, accesat la 29.01.2022.
42. Parlamentul României. (2003). Legea nr. 333 din 8 iulie 2003 (republicată) privind paza obiectivelor, bunurilor, valorilor și protecția persoanelor. Monitorul Oficial nr. 189 din 18 martie 2014, disponibil la <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/45134>, accesat la 29.01.2022.

43. Parlamentul României. (2006). Legea nr. 95 din 14 aprilie 2006 (republicată) privind reforma în domeniul sănătății. Monitorul Oficial nr. 652 din 28 august 2015, disponibil la <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/71139>, accesat la 29.01.2022.
44. Parlamentul României. (2018). Legea nr. 363 din 28 decembrie 2018 privind protecția persoanelor fizice referitor la prelucrarea datelor cu caracter personal de către autoritățile competente în scopul prevenirii, descoperirii, cercetării, urmăririi penale și combaterii infracțiunilor sau al executării pedepselor, măsurilor educative și de siguranță, precum și privind libera circulație a acestor date. Monitorul Oficial nr. 13 din 7 ianuarie 2019, disponibil la <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/209627>. accesat la 29.01.2022.
45. Palmore, E. (2001). The Ageism Survey: First Findings. *The Gerontologist* 41 (5), p. 572–575
46. Petersen, T. Saporta, I. (2004). The Opportunity Structure for Discrimination. *American Journal of Sociology*, 109(4), p. 852–901.
<https://doi.org/10.1086/378536>.
47. Petersen, T. (2005). Discrimination, Measurement in. *Encyclopedia of Social Measurement* 1, p. 677–679.
48. Rotariu, L. (2021). *Once you pass the gates you are someone else. An ethnographic journey into the lives of former inmates*. București: Tritonic.
49. Roth, R.S., Vooren, N.V., Kisielewski, M., & Senter, M. (2013). Strong Ties, Weak Ties, or No Ties: What Helped Sociology Majors Find Career-Level Jobs? Michigan: Department of Research on the Discipline and Profession, American Sociological Association.
50. Rooth, D-O. (2021). Correspondence testing studies. What is there to learn about discrimination in hiring? *IZA World of Labor*, p. 1–11.
DOI: 10.15185/izawol.58.v2.
51. Sabău, S.C. (2019). Reducerea ratei de recidivă a persoanelor care au executat pedepse privative de libertate din perspectiva unui lucrător în penitenciar. *Revista de Practică Penitenciară*, p. 19–23.
52. Sapouna, M. Bisset, A.M. Matthews, B. (2015). What Works to Reduce Reoffending: A Summary of the Evidence. Justice Analytical Services, Scottish Government.
53. Sears, D.O., & Henry, P.J. (2003). The origins of symbolic racism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(2), p. 259–275.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.2.259>.
54. Stypinska, J. Turek, K. (2017). Hard and soft age discrimination: the dual nature of workplace discrimination. *Eur J Ageing* 14, p. 49–61.
55. Ștefan, B. (2006). *Mediul penitenciar românesc. Cultură și civilizație carcerală*. București: Institutul European.
56. Voicu, B. (2012). Material curs CEPS/INSTEAD.

CONFLICTS IN PAKISTAN – THE NEED FOR GOOD GOVERNANCE

SIDRA AGHA*

ABSTRACT

For human development and the eradication of poverty, good governance is important as it shapes a well-operating state service that observes the norms of openness, accountability, responsibility, and commitment to citizens. It constitutes an efficient and responsible governance of public resources that eliminates corrupt practices and ensures that public funds are used in respect of the constitutional provisions, for the good of all citizens. Good governance, while keeping leaders accountable, ensures an appreciation of legal, cultural, economic, political, and social rights. Good governance and human progress are also interconnected. While identifying deep rooted conflicts in Pakistan, this study relates the required components of good governance in Pakistan, while outlining its challenges. The study states that bad governance has produced social unrest, and political and economic instability in Pakistan. This paper presents several recommendations for addressing Pakistan's problems related to bad governance, while explaining the principle of good governance.

Keywords: good governance, Pakistan, economics, social unrest, politics.

INTRODUCTION

Conflict means a situation of tension triggered by the divergence of interests, beliefs, and desires, either intentional or unintentional (Mustafa, 2013). Conflicts occur when different parties (two or more) feel that their interests are conflicting (Sandole, 1995) and thus they demonstrate aggressive attitudes towards one another or take some action that harms the other party's chance to obtain their due rights (Moghaddam & Harré, 2010). Pakistan is a conflict-affected country, where several regions are under various types of conflicts. However, these conflicts are strongly rooted and multidimensional in Pakistan. Most of the issues in Pakistan

* Doctoral Student at University of Public Service Budapest, Hungary and Lecturer at SMI University Karachi, Pakistan, e-mail: sagha@smiu.edu.pk, Agha.Sidra@uni-nke.hu, sidagha5@gmail.com



are linked to the principles of social and economic control, which are mostly worsened by domestic level governance control and influenced by important stakeholders. Even so, these issues are local to the government and are the product of challenges that have lingered unanswered since the country's formation; to solve these issues requires economic and political strategies. On the other hand, some of the issues have both a geographic as well as a global dimension.

Just after the independence of Pakistan in 1947, many individuals were directly impacted, the very first real struggles having occurred in the form of communal riots. Even before the independence of the country, years of conflicts persisted between Hindus, Muslims, and the British authorities in the subcontinent. Pakistan has faced several other types of conflicts, based on cultural, racial, and religious struggles, following its creation in 1947 (Mustafa, 2013). In 1971, yet another war, with a nationalist backing, divided the eastern side of Pakistan, leading to the formation of Bangladesh. Nationalism-fuelled resentments have also been raising concern in Balochistan province, following the independence of Pakistan. Over the years, conflicts have become extremely serious and have now reached catastrophic dimensions. Consequently, from time to time, various conflicts surfaced in Pakistan, and these turned violent after 9/11, when Pakistan joined hands with the US powers in the name of 'War against Terrorism.'

On several occasions, Pakistan has been ranked among the hardest affected nations, due to a series of conflicts. The continuing, increased levels of violent conflicts did not lead though to a serious attention being paid to those conflicts or to some adequate political consensus. The main characteristics of these conflicts are: civilian casualties, financial crash, serious threats to the cultural and social structure in its various regions, and political unrest – as well as distrust amongst the parties in the „war against terrorism” (PIPS, 2010). In Pakistan, violence has started to be recognized as a part of normal life. While scholars have conducted conflict studies, such as an analysis of the particular factors of the conflict, public, governmental policies continued to be a challenge. Pakistan has been experiencing extreme challenges in the name of sectarian violence, nationalism, but also as a result of national as well as international politics, economic inequality, and drug wars. Furthermore, other terrorist networks in almost all regions of the country, and especially in Balochistan, Federally Administered Tribal Area (FATA), Khyber Pakhtunkhwa (KPK), and Provincially Administered Tribal Area (PATA) proved to be a challenge to the country's stability. For its citizens, as well as for the social structure, violence becomes a massive burden since it has serious structural, domestic, and international implications (Mustafa & Mumtaz, 2010).

This paper seeks to analyse the long history of conflicts in Pakistan and their impact on the overall structure of the society, under a governance studies theoretical framework. Its purpose is to build the way forward to bring up resolutions which will eventually address the culture of impunity in the society. The importance of the study resides in its intention of identifying the dynamics that

are disturbing the cohesion of Pakistani society, to better understand the core roots of conflicts and how they expanded – while putting forward as a priority some new ways for good governance.

CONFLICT AND ITS EFFECTS ON SOCIETY

‘Conflicts’ have devastating long term effects on economic and social aspects of all societies. Prevention is always better than treatment, it always costs more to address the conflict-related consequences. Also, conflict leads to overt and implicit damage (Mustafa, 2013). The main risks include loss of civilian life, loss of livestock / animals, damage to public resources, collapse of buildings and equipment, harm to housing developments, automobiles and other state belongings, budgetary expenses for war and costs of maintaining law and order, and also the loss of natural resources. Large scale conflicts have a detrimental effect on investments, either local or global. Massive expenses on physical and mental health facilities and community resettlement were the outcome of some conflicts. There is a detrimental impact of conflicts on earning capacity, on travel and tourism, and so on. Disability has a detrimental effect on potential earnings, hospitality, and the drop in tourist arrival, among other things. The indirect costs of conflict and violence include: the disruption of the social structure, the increase of gender violence, the loss of productivity attributable to conflicts or threats of violence. It also decreases trading and commerce, due to violence or security risks, leads to a loss of opportunities for education, to massive unemployment (due to overseas migration of skilled workers) etc. Other notable economic and financial risks are: inflation, increased joblessness, rising market interest rate, decreased economic activity, increasing welfare costs, delays in initiating development programs that would consequently lead to delays in production and to a rising cost of development (Mustafa & Mumtaz, 2010; Mustafa, 2013). Due to uncertain situations, there is a considerable capital loss and also a brain drain from the region. Other consequences of conflict are declining domestic trade, rising debt, high loan rates, high costs for rescue relief, restoration and recovery of affected regions, social and emotional damages, environmental destruction, and so on.

As stated by Robert Jervis (1991), while huge violence remained a choice and states seemed to worry about maintaining their stability, as the character of violence would change in time. Research on international security is required to gain a better and wider knowledge of the causes of massive violent activities, the methods that could be used and the strategies that could be exercised to reduce this hostility (Herman, 1999). Crippling effects of massive violence on human life demand the community of international development to reconsider its duties to peace and protection (OECD, 2001). Thus, it is necessary to learn to deescalate hostile situations and to create harmony between individuals. Efficient interaction

among individuals is not arm-based. Awareness about conflict, violence as contributing factors in Pakistan must be created through communication strategies and discourses. Though conflicts in Pakistan are a risk to the economy, to social order, and to the politics of the country, unfortunately, there is a scarcity of analytical work that has been done in this regard. The need and significance of research on the subject has also been identified by a few of the previous studies (Aziz, 2010; Matinuddin, 2009; ICG, 2005). Also, in their studies, Mustafa & Mumtaz (2010), Malik (2011) and Nasir *et al.* (2011) examined the indicators of terrorism in a few countries of South Asia, including Pakistan. Politics and the economy of the country were identified as the root cause for violence in the country. Also, Humphreys (2003), Mejia (2004) and Ra & Singh (2005) assessed conflict in terms of its economic cost and also its effect on social development and growth.

An understanding of the 'conflict determinants' is aimed towards making the officials to focus more on resolving the conflict. Identifying the roots of conflict can make policy formulation simpler, which would further lead to conflict resolution. This paper seeks to discuss a few major conflicts in the country. It also intends to devise policy proposals for the mitigation of violent conflicts and their effects on the region. The study is structured in three parts, following this introduction. This segment of the article covers an overview of the important, contextual aspects of violent conflicts in Pakistan. The upcoming three chapters will discuss the violent, deep-rooted conflicts in the country, the concept of governance during conflicts, and the way forward for good governance in Pakistan to curtail the violent situations.

This study is conducted based on secondary data such as previous literature, national and international surveys on Pakistani economics, on poverty, and on conflicts (such as The World Bank, East Asia Forum, Gallup Pakistan, and PIPS).

GEO-POLITICAL SITUATION IN PAKISTAN

Pakistan is at the centre of central, southern, and western Asia, giving the country a geostrategic significance. For all the landlocked Central Asian countries, this fastest link to the sea greatly strengthens its strategic significance. There are plenty of mineral resources in Central Asian countries, attracting the world's powerful countries to build their position in the region. Based on the various economic and political influences in the region, the national and international parties have invested their finance and other types of support to achieve their ultimate goals. This has enabled non-state institutions to develop and improve their positions in the region. This entire situation has made the country vulnerable and has led to internal tensions. Political economy literature indicates that political and economic agendas of the international donors from powerful interest groups discourage economic growth and development, while relying on assistance from

other countries. Pakistan is not only a developing country, but it is one of the top five receivers of international aid, which is strongly showing the presence of foreign investors in the country.

Seventy-five years now since the creation of Pakistan in 1947, the country still struggles with its own domestic challenges, on social, political, and economic grounds, but has lately leased to also deal with an extremely troublesome action plan: the war conducted by the international powers against extremism, the domestic influence over its foreign affairs and the persistence of Islamist terrorism, which is deeply connected with some aspects of globalization, such as global security and economy. The strategic status of Pakistan is challenging. There are major risks to the western country's economic interests in Pakistan. In a global market, countries such as Pakistan are facing a series of problems with regards to partnerships, intangible assets and, most importantly, with their human capital. If a challenge is implicit or explicit, it is important for the organizational risk management to be familiar with the environment wherein they operate or have yet to access. Being aware of the potential risks helps one predict the result of such incidents, leading to a decision process that would emerge to prevent or minimize the risks most efficiently.

CONFLICTS IN PAKISTAN

MILITANCY

In more than a decade, the 'extremism epidemic' has been viewed as something that has dramatically affected not just the landscape of global peace, stability, economies, and politics, but has also posed a threat to Pakistan's survival. Not only has Pakistan's position as a frontline state disrupted its economic system, but it has also plagued a huge collateral damage and created a sense of vulnerability among the public (Ahmad, Mahsud, & Ishtiaq, 2011). The economic growth was halted. Inflation, which is rising, has forced millions of people just under the poverty threshold. With regards to social living, Pakistani society has faced severe, irreversible losses (Bhattacharya, 2018).

It is reported that more than 40,000 Pakistanis, which include 5,000 security forces, have lost their lives in the US fight against terrorism. And that there is still no end to this violent extremism which is the disturbing and troubling part of all these struggles of the Pakistanis (Javaid & Ali, 2013). Hence, the country is confronted with two main fractions of terrorism, one which is internal and another one, external; these were specifically identified as the two simultaneous challenges of Islamic fundamentalism and ethnic violence. The prime security concern stems mainly from the "inside" issues. Banned groups, with deep ethnic and religious bias, have creating the internal terrorism. This type of terrorism has severely

affected several regions of the country such as Kuram, Para Chinar, Dera Ismail Khan, the southern Punjab, FATA, and Balochistan.

Suicide bombings and attempts targeting buildings, schools, banks, transportation systems and power stations are a few examples of such locally sourced violence. International terrorism activities are more like to be attacks on strong targets in Pakistan, and this list would include attacks on the dignitaries of the country, foreigners, Army headquarter, Naval base, and air strikes on other security centres. As a mechanism of government strategy, these missions are funded by agents of the state (Irshad, 2011). The multi-dimensional chaos resulting from several extremist and militant organizations inside the country has a special dynamic and an overwhelming effect on the nation. The Talibanization¹ phase has drastically distorted the existence of Pakistan (Bhattacharya, 2018). Pakistan's political instability and absence of a sovereign government has given enough space to these terrorist organisations and their parent fundamentalist groups to claim their superiority in the country and use the ensuing political leverage they have got (Bhattacharya, 2016).

SECTARIAN CONFLICT

One of the serious threats to Pakistan's domestic peace and security is the sectarian conflict. The rise in Pakistan's sectarian tensions can be traced back to the days of Zia-ul-Haq². The Shias³ were strongly in opposition to the implementation process of Zakat⁴ on the entire nation. It was assumed to be a step-in order to respond to the 1979 Iranian Revolution⁵ which had undoubtedly generated a religious conscience among the entire Shiite community of the country. Even though Zia eventually excluded the Shias from Zakat, the very first seeds of the Sunni and Shia sectarian strife were planted (Schmidt, 2012). Established in 1979,

¹ It refers to the practices of (Taliban) extremists and especially to those of terrorist and religious groups. Maya Chadda, "Talibanization of Pakistan's Transitional Democracy," *World Affairs: The Journal of International Issues* 3, no. 3 (1999): p. 98–116.

² He was Chief of Army Staff and the 6th president of Pakistan, starting 1977. Lawrence Ziring, "Public Policy Dilemmas and Pakistan's Nationality Problem: The Legacy of Zia ul Haq," *Asian Survey* 28, no. 8(1988): p. 795–812.

³ There are two branches of Islam, Shia and Sunni. They have primarily different views on Islam and its teachings. Elizabeth Chuck, "What are the differences between Sunni and Shiite Muslims," *NBCNews*, 2016.

⁴ Zakat is an Islamic term, which means to purify your wealth. It is a type of donations that is regarded as a religious duty in Islam. Muhammad Abdullah, Abdul Qudus, "The impact of Zakat on social life of Muslim society," *Pakistan Journal of Islamic Research*, no. 8 (2011): p. 85–911.

⁵ This revolution is also known as the *Islamic revolution*, which was supported by Islamist and leftist organizations and student movements. Through this civil resistance, Iran became an Islamic republic by taking over Pahlavi dynasty. Roger Homan, "The origin of the Iranian revolution", *International Affairs* 56, no. 4(1980): p. 673–677.

the Tehrik-e-Nifaz-e-Fiqh Jafaria (TNFJ)⁶ offered Shias a portal to communicate their political viewpoint in Pakistan. The US-funded War in Afghanistan to suppress the Soviets also brought a new driving force to the sectarian strife within Pakistan, due to the large amount of donations received from the Middle East countries under the pretext of 'Afghan relief'. These donations have been used largely to finance different sectarian initiatives.

In 1985, the Sunni counterpoint to TNFJ as Sipah-e-Sahaba Pakistan (SSP)⁷ was established by an Islamist named Haq Nawaz Jhangvi⁸, who belonged to a Siraiki region of Punjab province. The SSP strived to demonize the Shiite community. This has the potential to take root in the Seraiki belt, owing to the strong opposition of a large proportion of Sunni population to the affluent Shiite tribal landlords who dominate the region's economics and politics. (Schmidt, 2012). The southern region of Punjab has emerged into a breeding ground of Sectarian conflict in Pakistan. Soon after its establishment, in the context of declaring Pakistan a formally Sunni state and identifying Shias as non-Muslims, the SSP has started targeting the local Shia community. Throughout the years, the movements of SSP have expanded in an alarming way to other regions of the country where former Shia-Sunni conflicts have been deeply seated, such as in Quetta, Peshawar and FATA's Kurram Agency. Since then, SSP and its more extreme armed wing Lashkar e Jhangvi (LeJ)⁹ began targeting Christians and Ahmedis (Lieven, 2011). Later, the more extreme organization was established by Shias of Thokar Niaz Beg, Lahore in the name of Sipah-e-Muhammad Pakistan (SMP)¹⁰ (Rana, 2004). The violent anti-Shia clashes in Lahore, from 1986, followed by the assassination of Allama Ehsan Elahi Zaheer¹¹ in 1987, a Saudi-backed Sunni scholar, and the assassination of Shia leader Arif Hussaini¹² in 1988,

⁶ The Shia militant movement was initiated through this organization against the then president of Pakistan, General Zia ul Haq, in 1979. Also, the Iranian revolution of 1979 created the foundations and support for this Shia organization. A. Hyder, *The politicization of the Shias and the development of the Tehrik-e-Nifaz-e-Fiqh-e-Jafaria in Pakistan*, Routledge, 1993, p.19.

⁷ Sunni militancy movement was initiated as a counter-response of Shia organization. Because Sunni and Shia are two branches of Islam, following separate Islamic teachings. "Sipah-e-Sahaba Pakistan", *Mapping Militant Organizations*, Stanford University.

⁸ He was a Sunni priest who initiated SSP and started accusing Iranian revolution. He was killed by anonymous militants in 1990. Biexas Lionel, "Jhangvi (?-1990) Maulana Haq Nawaz", *Mass Violence and Resistance*, 2008. .

⁹ It is an auxiliary of SSP, also an Islamist organization initiated in the name of Jihad, bisted among top terrorist groups. "Lashkar-e-Jhangvi", *Mapping Militant Organizations*, Stanford University.

¹⁰ Another Shia militancy organization which is also banned due to its terrorist actions. Arif Rafiq, "Pakistan's Resurgent Sectarian War," *United States Institute of Peace*, 2014.

¹¹ He is recognized in the history of Pakistan for his severe remarks and actions against Muslims other than Sunnis. He was killed in a bomb blast. Derrick M. Nault, *Development in Asia: Interdisciplinary, Post-neoliberal, and Transnational Perspectives*, Brown Walker Press., 2008, p. 276.

¹² Known as Khomaini e Pakistan, he mobilized the Shia community. He was assassinated outside a local mosque. His funeral was attended by leading figures of Iran and Pakistan. M. Lodhi, "Pakistan's Shia movement: an interview with Arif Hussaini," *Third World Quarterly* 10, no. 2 (1988): p. 806-817.

were the beginning of sectarian violence in the country. With the establishment of LeJ in 1996, the circumstances grew increasingly destructive in the mid-1990s. Workers of LeJ originated from marginal unemployed people of the south Punjab. In the following years, the US State Department listed LeJ on its terrorist list of 2003 (Hussain, 2007).

Both Sunnis and Shias have been decreed as political parties in Pakistan, one as Jamiat-ul-Ulema-e-Islam (JUI)¹³ and SSP, and the other as TNFJ and SMP. In addition, the hostility and resentment of Shia-Sunni have turned into violent conflicts that have taken large numbers of innocent lives (Shah, 2014). In the 1980s, the SSP, which now operates under the banner of Ahl-e Sunnat Wal Jamaat (ASWJ), established basic training connections with al-Qaeda. The strife expanded farther in the 1990s, when LeJ executed its operations from a safe refuge in Afghanistan through which it plotted violent actions to take place in Pakistan (Rafiq, 2014). The worsening unrest in the West Asian region is also strengthening Pakistan's sectarian ideology. Although the Pakistani government is shifting towards the Gulf Arab Sunni centre, jihadists based in Pakistan are increasingly concentrating their attention on Iran (Rafiq, 2014). Shia Hazaras are constantly attacked in the name of sectarian tensions in Quetta. Also, Pakistan has become a frontline in the conflict between Iran and Saudi Arabia from the perspective of a sectarian dispute in the region.

BALUCHISTAN CONFLICT

One of the major conflict factors in Pakistan's domestic affairs is the Baluchistan situation. With a total area of 347,190 km, it is the largest of all provinces in the country. There are rich mineral resources in the province, particularly energy resources, such as natural gas and oil reserves, of an approximate 19 trillion cubic feet and of 6 trillion barrels respectively (Alamgir, 2012). In the district of Chagai, Reko Diq, Baluchistan also has gold and copper reserves. The strategic value of accessing the sea has generated more issues. Its port in Gwadar connecting Pakistan with Iran and NATO supply routes have increased its significance with respect to Pakistan's relations with the US and China. The ongoing phase of rebellion has become a form of resistance by the Baluch natives, who do not acknowledge the Federal government of Pakistan. They are also classified into different groups headed by influential Baluch Sardars (leaders) who are not willing to accept the Pakistani state. The history of Baluchistan is one of unceasing resistances and tyrannies. In the case of Baluchistan, it is said that there have already been five rebellion movements in the

¹³ Established by Islamic clerics of Sunni community; it has recognition in KPK and Baluchistan. It is also split into other groups. Jamiat Ulema e Islam, PakPedia, 2018.

province since 1947. The region experienced an initial wave of resistance in 1948, followed by those in 1955, when Ayub Khan¹⁴ imposed 'One Unit' program¹⁵, the third rebel movement happening during the Martial Law period, in 1958; the dismissal of Balochistan Chief Minister Sardar Attaullah Mengal by Zulfikar Ali Bhutto in 1973 led to the fourth rebellion, and the fifth and current phase of clashes started in 2005, when the conflict rose between the Bugti clan under the leadership of Nawab Mohammad Akbar Khan Bugti and the government authorities (Pildat, 2012). The Baloch national resistance has a double meaning from both ends of the Goldsmid Line¹⁶. The issue of armed resistance cannot be and must never be addressed unilaterally. Instability and ethnic differences are experienced by Balochs on both ends of the border. Still, most of the Balochis do not stretch their nationalism further than their allegiance to the tribe.

Marri, Bugti, and Mengal are the three major tribes in the province. The leaders of these tribes are responsible for growing huge numbers of army and weapons, and even then, they remain extremely insecure with each other (Kupecz, 2012). The history of the province is mostly about plentiful mineral wealth, disturbing ethnic minorities, and the incessant oppression by the government. The Baloch concerns are linked to years of ethnicity-based repression and eventual demographic shifts, with a rising Pashtun community and the lack of access to the mineral wealth by the Baloch population. Baloch militants fight for Balochistan to be an autonomous nation. They do not accept Pakistan as a country. The Balochis complain about the 'imposed' adoption of the identity of Pakistan in order to have control from within to its resources. The Baloch uprising and the oppression of Pakistan have taken countless human lives throughout the last few decades.

More importantly, the ethnic conflict in Balochistan is now known for its 'torture and kill' missions. The conflict emerged with a series of incidents throughout the creation of the country. Thus, these extremism roots in the province challenge its social cohesion and democracy. Militant parties such as Baloch Liberation Army (BLA), Baloch Republican Army (BRA), Baloch Liberation Front (BLF) and others frequently operate against the government. In addition, Balochistan has been under greater scrutiny following 2009, by the US claiming that Quetta and its surrounding areas are a refuge for the Talibanization. The US also keeps a tight control on the Quetta Shura (Siddiqi, 2012). Notably, a meeting on Balochistan, led by Congressman Dana Rohrabacher, was held on 9th February 2012 by the Oversight and Investigations Subcommittee of the United States,

¹⁴ He was the second President of Pakistan and the 5-star General in Pakistan Army. W.M. Dobell, "Ayub Khan as President of Pakistan," *Pacific Affairs* 42, no.3 (1969): p. 294–310.

¹⁵ It was initiated to run administration issues between the two unbalanced states of East and West Pakistan. R. Singh, "One Unit Scheme of Pakistan, 1955–1970 revisited", *South Asia Journal*, 2018.

¹⁶ Which is between Iran and Pakistan and Durand line of Pak-Afghan border. Pirouz Mojtahed-Zadeh, *Boundary Politics and International Boundaries of Iran*, Universal Publishers, 2007, p. 372.

House of Representatives Committee on International Affairs. In Balochistan, other terrorist organizations (such as LeJ, Taliban, Jundullah, also called the Iranian People's Resistance Movement), have been involved. The Balochistan conflict has been taken to the assembly of one of the most influential countries in the world which indicated an average development was not met (Siddiqi, 2012).

ETHNIC CONFLICT

Pakistan is made up of multiple ethnicities dispersed through the territory and with specific regional traditions. Neither can these traditions be recognized as per Islamic law, nor as non-Islamic (Akbar, 2015). There are numerous factors being blamed for Pakistan's ethnic tensions. In Pakistan, the commonly held view is that the state is not racially moderate, and the Punjabi is the leading linguistic community. The military institution is the primary focus where this dominance is most obvious, particularly at the highest levels (Samad, 2013). The Punjabis have been overrepresented in the state structure and non-representative structures such as military and civil service, and in sectors such as finance, trade, and industry – and this is one of the reasons for their relatively high social and political status. In addition, the provinces that make up Sindh, KPK, FATA and Balochistan face racial wrath and conflicted identity because of British colonialism of delineating foreign boundaries without considering the local viewpoint and realities. The division of the subcontinent also added its own stake to Pakistan's ethnic conflicts, with mainland Indian emigrants claiming a corresponding part in Sindh (Bhattacharya, 2016). As discussed above, ethnic wars are also experienced in other parts of the country, not just in Balochistan. Karachi, the country's business hub, is also seen as a boiling pot for many ethnicities, living in the city, in search of food and shelter. Thus, the ethnic dispute has taken an urban shape in the context of Mohajirs (migrated Indians) competing with Pashtuns and Sindhis. Terrorism and instability linked to ethnic strife have severely affected economic activities in urban Sindh, where there has been reports of capital outflows to other areas, diffidence towards foreign investment, billions of rupees being wasted every year due to frequent disruptions (Ahmed, 1996).

Karachi, which is considered the heart of the turf war, has experienced, over a period, the incremental migration of the Pashtuns and their hegemony in the private transportation industry (Mushtaq, 2009). It is a fact that, since 1947, Karachi has been the recipient of four mass waves of migrants: The Mohajirs during the 1940s and 50s, Punjabis and Pathans throughout the 1960s and the 80s, Sindhis from the 1970s to 90s and also outsiders such as Afghans, Iranians, Iraqis, Ethiopians, Sri Lankans, Bangladeshis, Burmese, Thais and Philipinos in the 1980s and 90s (Waseem, 1996). The inflow of multi-ethnic immigrants into Karachi has led to the language and culture alienation of the Sindhi community in Karachi.

Unfortunately, due to interior relocation (some from Punjab and KPK), the proportion of Punjabi and Pashtun also expanded in Karachi, attempting to make Balochi and Sindhi a marginalized culture in the city (Budhani, Gazdar, Kaker, & Mallah, 2010). Thus, it can be noted that the biggest city of Pakistan is severely split between various cultural differences and deeply affected by violent acts and gang rivalries that destabilize the social system. Ethnic conflicts among young people are widespread in Karachi and Quetta. There are rampant target killings of representatives of different ethnicities and these mass killings are being undertaken by the young “revolutionaries” of these parties. For instance, students’ wings of the MQM, the Awami National Party (ANP), the Pakistan People's Party (PPP), and the Sindhi nationalists have been fighting in Karachi and the interior side of Sindh. Balochistan’s separatist students and youth wings of nationalist parties attack the non-Balochis in Balochistan (Zaman & Sabir, 2013).

STATE-SOCIETY RELATIONS

Pakistan’s problems have a strong societal foundation. The official mechanisms of the state are integrated in the societal structure, and the borders between the public and private sectors are permeable in Pakistan. Pakistani leadership at all stages is more prone to gain legitimate power using social networks and influence, instead of earning it through clean, transparent practices. Governance mechanisms and policies are frequently misunderstood by officials at the regional level, and administrators exploit their status by imposing barriers that restrain data accessibility, social utilities, or paperwork. This encourages and facilitates the system’s informality since individuals (especially the poor and disadvantaged) must depend on brokers, close connections, or settlement systems such as bribe to enter the system or benefit from the public services. Many critical areas of administration and law lack the necessary legislative measures, regulations, and processes to make them effective or even functional. For example, the incompetence and reluctance to draw out the necessary procedures for its enforcement has hindered the efficacy of the Freedom of Information Ordinance of 2002. This inability to provide enforcement mechanisms to the law is attributed, partly, to a limited capacity, especially when considering the government’s several concurrent initiatives. Nevertheless, it might also be the result of a basic commitment to the policies themselves. The government at all stages seems to be having trouble distributing the budget allotted to essential facilities (such as education and healthcare), despite the fact that these areas are already poorly resourced. Thus, a province like Sindh seems to spend less on their education than other provinces. And this failure to invest is due to both poor services at federal level and insufficient capability to handle funds at the regional and local levels. Public perceptions of electoral institutions and provision of public services reflect

both profound skepticism and poor morale. For instance, Pakistan has one of the lowest voter turnout scores worldwide (Mezzera & Aftab, 2009). The public show minimal trust in the government system. Thus, people are inclined to seek informal methods of justice and service delivery, regardless of the fact that they are governed by and support local authorities.

Also, the state's existence is considerably more challenging in regions neighboring Afghanistan, where public services have mostly been usurped by military intervention and suppression (Mezzera & Aftab, 2009). For instance, in Balochistan province, where the whole public service and organizational framework appears to exist in theory, two considerations should be made: firstly, several higher official positions in Balochistan remain unfilled due to a lack of competent staff, and secondly, even though positions are not vacant, administrators deployed in the province frequently do not report to work. This is because many of these officers are stationed in remote regions, away from their homes and families. This is not specific only to Balochistan; it also happens in the rural regions of other provinces. In the context of FATA, there seems to be a clear difference between the circumstances before and following the onset of military operations in 2003. Prior to 2003, the region had a government system in the shape of highly strong Political Agencies, and also public service personnel from the departments of Education and Health care. One of the FATA agencies also established a higher education training institution, for health staff and faculty development. After 2003, the environment shifted, and a major portion of the education systems and health care facilities was closed due to the conflict and fears of kidnapping of civil servants, too. Furthermore, security operations in FATA and some areas of Khyber Pakhtunkhwa province have always generated discussions about the importance of providing transitional legal systems for conflict-affected communities. Thus, the major focus seems to be the necessity to preserve peace in post-conflict regions, with little discussion on how important would be to provide reconciliation and restitution measures to the afflicted community.

Pakistani nation lacks a functional democracy in a range of matters. People, mainly the poor and women, lack institutional mechanisms of getting their concerns heard and of persuading the authorities or holding them accountable. In other circumstances, they are viewed as dependent of local landowners, elites, and institutional structure instead of as citizens. Lastly, with regards to women's political participation prospects, there is still another striking disparity between the statutory structure and the *de facto* situation. Although there is a legitimate *quota* of seats for women in politics, these seats sometimes prove to be meaningless in reality. Women are generally sidelined from decision-making or important positions, but when they obtain political positions inside the system of government, it is often because of affinities or family ties with other potent male leaders. Nonetheless, women have begun to be employed within the military organization, which is a breakthrough.

ROLE OF GOVERNANCE IN CONFLICTS

The notion of *government* is as old as human existence on the earth (Imran & Nordin, 2018). It is now frequently employed in many ways to define the decision-making framework and the enforcement of those decisions, such as business ethics, international governance, and national and local governance. Since governance is a practice of policy-making and its enforcement, an analysis of governance places emphasis on the formal and informal players who partake in the policy-making process and in its execution (Weiss, 2000). Good governance is well understood and agreed in relation to the institutional and political processes, as well as with the results that are deemed appropriate to achieve – such as the objectives of prosperity, development, and empowerment. Good governance is an ongoing practice in which public institutions perform a key role, since they handle state resources and so they focus on ensuring the enforcement of fundamental rights without corrupt practices, violence, and exploitation. They would observe the law in ensuring justice and equal opportunities. Their services can be evaluated based on the provision of basic, constitutional, educational, economic, civil, and political rights, if they facilitate access of their residents to the basic resources of life in an effective and transparent manner. Corruption, wasted resources, social inequality, oppression, and violations of the law emerge from the lack of good governance. They all pave the way for social disorder and chaos, which eventually create the foundation for the development of conflicts. In the literature of development, governance and good governance are common concepts. An underlying issue of inequality and injustice in every society is the poor governance. As mentioned by the UN Development Agenda, “Governance relates to the implementation of legal and administrative power to administer the matters of a nation at all stages.” It involves the means, mechanisms, forms, and structures by which individuals communicate their desires, execute their sovereign rights, recognize their responsibilities, and resolve their differences (UN, 2015).

A WAY FORWARD: THE NEED FOR GOOD GOVERNANCE

Pakistan is a country where several areas are plagued by conflicts of various kinds. These conflicts are deeply ingrained in the country and are multidimensional. Much of its issues are related to the imperatives of socio-economic power. Despite being internal affairs, they are the outcome of challenges that have gone unanswered since the country’s independence, necessitating the use of economic and political approaches to resolve them. However, other challenges have national and international dimensions. While numerous conflicts have erupted in the country time and again, they have notably escalated since 9/11. These all

have immense internal as well as regional and international implications. This study shows that Pakistan is facing numerous challenges with distinct characteristics, both national and international. Geopolitical, sectarian violence (Shiite and Sunni fundamentalism), religion-based issues, nationalism and racial crimes are the main challenges to the country. The primary reasons that prevail at the national scale are bad governance, an uncertain political landscape, poor democratic systems, ongoing and growing hostility among provinces and various ethnic and minority groups. The need to improve the country's institutional system is an important response emerging from the analysis; it is of uttermost value for its political improvement and economic development. A fair and constructive policy-making mechanism involving all regions and communities of Pakistan must be identified. This may also allow for building consensus on the fair allocation of resources among the provinces of the country.

A major problem in the institutional system of Pakistan is its dependence on feudal / tribal power, leading to an absolute domination by a privileged section of the society. The primary move towards weakening this influence is to introduce market reforms in the country, with no political interference. A core element for tackling potential conflicts is the enforcement of law and order. In improving a society and its power structures, an efficient and open judicial system is of supreme concern. Political parties at the regional and national levels need to take a constructive and pragmatic approach to deal with the crisis situation in Pakistan. The government should include every main political party in the process of building consensus about the different circumstances in various areas of Pakistan. According to the UN report on population expectancy in Pakistan, released by the UN (2015), the country is expecting a shift in its demographics, its population is expected to be over 300 million by 2050 and in no time almost 50 % of the population will shift to urban centres (UN, 2015). The fertility decline, since the 1980s and 1990s, has expanded the pool of opportunity for relatively substantial sections of the working-age population, and especially for young people. Young people are less productive financially, especially in the conflict regions, and their integration into the labour market is not satisfying; instead, the rate of unemployment is particularly alarming in certain regions. Even though the Pakistani government has initiated several policy steps to generate jobs, the concern is if they are sufficient for the time being and also capable of solving all the problems to come or more importantly, if they are sufficient to transform current youth population into a force for the future economic development. The enforcement of several measures does not mean the scores of unskilled, jobless youth could be employed in high skilled areas. The potential of the on-site skill development projects tends to be quite limited to support the increasing proportion of young people. Additionally, basic development and / or construction programs may well not be desirable for the employment of young people, especially those who have 10 or more years of schooling. KPK and Balochistan both present an

incredibly poor picture in terms of job opportunities for youth. Thus far, no special steps have been provided for these two regions. This gives room to the plans of extremists and other interest groups to strengthen their situation in the provinces. Also, there is a deficiency of an effective and organized strategy to realise the demographic dividend. There is a need for a better and close collaboration between the ministries and the administrative and financial structures of all public sectors, a need for a shared agenda, to make the youth an asset for the country.

CONCLUSIONS

The results of this study indicate that Pakistan is facing numerous conflicts due to various local and territorial factors, but there are real causes operating at national level, with bad governance, weak political system, ineffective national institutions, and continued and growing tension between provinces and various ethnic and marginalized populations. In Pakistan, communal violence, as well as party violence is widespread due to political, racial, religious, gender and tribal polarization. The prevailing brutal culture in the region has created a violent series of challenges, demonizing the core of the country. In addition, young people are vulnerable to this growing harm. Some specific brutal and radical organizations representing themselves as the supporters of Islam have emerged in the global environment as a severe risk to the sovereign powers, stability, peace, and integrity of Pakistan. While they are not the true image of Islam and of the majority people in Pakistan, these extremist groups not only deny their own viewpoint, but also render their own ideology totally contradictory to and opposing to the Islamic doctrine and Islamic jurisprudence. Nevertheless, just a small percentage of the population supports and believes in this extremist groups. Nonetheless, religion has seized culture and took control of people in the country. Pakistan also needs to control the propagation of ethnic disparities and violent behaviour, to accept pluralistic values which would trigger changes in social structure, that would ultimately lead to political stabilisation. The democracy-triggered integrity would offer consolation and trust to individuals who see the Federal Government as an oppressive agent or power. The state needs to consider the reality of widely differing individuals not just in papers, but also in practice. But in the Pakistani politics, the basic requirements of democracy were not met yet, which ultimately created a gap for ethnic communities. Thus, the clear and functional democratic system in Pakistan has never gained ground. In addition, multiple social problems such as poverty, lack of education, gender discrimination and feudal system have intensified terrorism and extremism in the country. Also, the rulers of different religious groups are yet to settle their sectarian tensions. They express little interest in addressing their conflicting concerns. Intense affiliation with a single sect and the attempts of the leaders to draw their devotees away from the beliefs, writings

and background of other faiths are major obstacles on the path of peace and reconciliation. The entire social system has been shaken, frightened and traumatized by the target killing and other sectarian-motivated actions. Thus, sectarian violence has become a part of the political paradigm in the country. The nation and the state cannot consider stability until peace is pursued by the different conflicting groups. The federal and provincial governments both need to realize what the actual situation of the country is and then try to formulate a contingency plan to secure harmony in the country. The genuine concerns of people should be answered. The circumstances can never be addressed, and the social order can never be restored, until such meaningful actions are taken.

REFERENCES

1. AHRC. (2013). Pakistan Country has Turned into a Killing Field. Asian Human Rights Commission.
2. Ahmad, M.I., Mahsud, M.N., & Ishtiaq, T. (2011). Pakistani Press and War Against Terrorism in Democratic Era. *Berkeley Journal of Social Science*, 1 (5).
3. Ahmed, F. (1996). Pakistan: Ethnic Fragmentation or National Integration? *The Pakistan Development Review*, 35(4), p. 631–645.
4. Akbar, M. (2015). Pakistan: An Islamic State or a State for Muslims? A Critical Appraisal of Islam's Role in Pakistan. *Pakistan Journal of Islamic Research*, 15, p. 25–38.
5. Alamgir, A. (2012). PAKISTAN'S BALOCHISTAN PROBLEM: An Insurgency's Rebirth. *World Affairs*, p. 33–38.
6. Aziz, K. (2010). Swat: The main causes of the breakdown of governance and rise of militancy. Peshawar: Regional Institute of Policy Research and Training (RIPORE).
7. Bhattacharya, S. (2018). Internal Conflicts in Pakistan. In *Emerging Conflicts and Regional Security in South Asia* (pp. 83–98). Adroit Publishers.
8. Bhattacharya, S. (2015). Pakistan's Ethnic Entanglement. *The Journal of Social, Political and Economic Studies*, 40(3), p. 231–262.
9. Bhattacharya, S. (2016). Pakistan's Socio-Political Disorder Threatening India's Security Scenario. In S. Shahi, & A. Singh, *Perspectives on India's National Security Challenges: External and Internal Dimensions*. New Delhi: Pentagon Press.
10. Budhani, A.A., Gazdar, H., Kaker, S.A., & Mallah, H.B. (2010). The open city: social networks and violence in Karachi. Crisis States Research Centre, London School of Economics and Political Science.
11. Herman, C. (1999). *Violent conflict in the 21st century cause, instruments & mitigation*. Chicago, IL: American Academy of Arts & Sciences, Midwest Center.
12. HRW. (2014). *We are the Walking Dead*. Human Rights Watch.
13. Humphreys, M. (2003). *Economics and Violent Conflict*. Harvard Humanitarian Initiative.
14. Hussain, Z. (2007). *Frontline Pakistan*. New Delhi: Penguin Books.
15. ICG. (2005). The state of sectarianism in Pakistan. International Crisis Group (ICG), Asia Report No 95.
16. Imran, M., & Nordin, R. (2018). *Good Governance in Pakistan: Challenges and Recommendations*.
17. Irshad, M. (2011). Terrorism in Pakistan: Causes & Remedies. *The Dialogue*, VI(3), p. 224–241.
18. Javaid, U., & Ali, Z. (2013). War on Terror Partnership: Problems and Prospects for Pakistan. *Journal of Political Studies*, 20(1), p. 51–66.
19. Kupecz, M. (2012). Pakistan's Baloch Insurgency: History, Conflict Drivers, and Regional Implications. *International Affairs Review*, XX(3), p. 95–110.

20. Lieven, A. (2011). *Pakistan A Hard Country*. London: Penguin Books.
21. Malik, S. M. (2011). An empirical investigation of the relationship between food insecurity, landlessness and violent conflict in Pakistan. Pakistan Institute of Development Economics (PIDE), PIDE working paper, 17.
22. Matinuddin, K. (2009). Conflict, security and development. PDR, p. 991–1001.
23. Meija, D. (2004). Conflict and economic growth: A survey of the theoretical links. Webpondo. Org Melanie Lewis (2004) Organizational Conflict Management Systems for Employment Disputes. Retrieved from <http://personal.rhul.ac.uk/uhte/014/Conflict%20and%20Economic%20Growth%20A%20Survey.pdf>.
24. Mezzera, M., & Aftab, S. (2009). Pakistan State Society Analysis. Clingendael.
25. Moghaddam, F., & Harré, R. (2010). Words of Conflict, Words of War How the Language We Use in Political Processes Sparks Fighting. Praeger.
26. Mushtaq, M. (2009). Managing Ethnic Diversity and Federalism in Pakistan. European Journal of Scientific Research, 33(2), p. 279–294.
27. Mustafa, & Mumtaz, S. (2010). Economic cost of conflict and its socio demographic causes and implications for Pakistan. Pakistan Institute of Development Economics (PIDE). Unpublished Report.
28. Mustafa, U. (2013). Determinants and Implications of Major Conflicts in Pakistan. Millennial Asia, 4(1), p. 67–86.
29. Nasir, M., Ali, A., & Faiz-ur-Rahman. (2011). Determinants of terrorism: A panel data analysis of selected south Asian countries. Singapore Economic Review Economic Modelling, 29(4), p. 1137–1145.
30. OECD. (2001). Helping prevent violent conflict. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). France: OECD Publications Service.
31. PIPS. (2010). Pakistan Security Report 2009. Islamabad: Pak Institute for Peace Studies (PIPS).
32. Pildat. (2012). Balochistan Civil-Military Relations. Pildat Issue Paper.
33. Ra, S., & Singh, B. (2005). Measuring economic costs of conflict. Asian Development Bank (ADP).
34. Rafiq, A. (2014). Pakistan's Resurgent Sectarian War. United States Institute of Peace.
35. Rana, M.A. (2004). A TO Z OF JEHADI ORGANIZATIONS IN PAKISTAN. Mashal .
36. Samad, Y. (2013). Managing Diversity in Pakistan: Going Beyond Federalism. Sustainable Development Policy Institute.
37. Sandole, D.J. (1995). Conflict resolution, theory, and practice. New York: Manchester University Press.
38. Schmidt, J.R. (2012). *The Unravelling Pakistan in the Age of Jihad*. London: Macmillan.
39. Shah, M.N. (2014). Evolution of Sectarianism in Pakistan: A Threat to the State and Society. South Asian Studies, 29(2), p. 441–459.
40. Siddiqi, F.H. (2012). Security Dynamics in Pakistani Balochistan: Religious Activism and Ethnic Conflict in the War on Terror. Asian Affairs An American Review, 39(3), p. 157–175.
41. UN. (2015). UN System Task Team on the Post – 2015. UN Development Agenda, Secretary General.
42. UN. (2015). UN World Population Prospects 2015 Revision. Retrieved from <https://www.un.org/en/development/desa/publications/world-population-prospects-2015-revision.html>.
43. International Journal of Law, Government and Communication, 3(10), p. 1–11.
44. Waseem, M. (1996). Ethnic Conflict in Pakistan: The Case of MQM. The Pakistan Development Review, 35 (4), p. 617–629.
45. Weiss, T.G. (2000). Governance, Good Governance and Global Governance: Conceptual and Actual Challenges. Third World Quarterly, 21, p. 795–814.
46. Zaman, M., & Sabir, I. (2013). Youth Violence in Pakistan: The Social Structure and Culture of Violence. Profilaktyka Społeczna i Resocjalizacja, 21, p. 7–24.

THE PERFECT AGE FOR AN OSCAR PRIZE:
GENDER AND AGE DIFFERENCES AMONG WINNERS

MOSOR ALEXANDRA-RAMONA*

ABSTRACT

This article approaches ageing and gender in the context of the Oscar prizes. The goal of my research is to determine the average age of winners according to their gender. I also set out to find out if young actresses get recognition for their physical appearance, as opposed to male actors, for whom prestige is more important. The analysis is structured into two sections: the first one focusing on the actors and actresses who won the Oscar prize for Best Actor in a Leading Role and the second on the actors and actresses who won the Oscar prize for Best Actor/Actress in a Supporting Role. Since there are different prizes awarded for actors, respectively, actresses, no gender differences can be found – and this has led me to research the age differences between the gender categories. Gender, linked to age, is a rich cultural resource that generates a whole set of expectations, as soon as a person is defined as a woman or a man of a certain age. In the context of the Oscars as most prominent awards in the industry, it is relevant to find out what is the most likely age at which actors, respectively, actresses, are given recognition – and if this age can be correlated to gender-specific attributes.

Keywords: ageing; gender; representation; film; Oscar awards.

INTRODUCTION

It goes without saying that studying gender is almost inexhaustible, considering the complexity it involves. Gender means by far more than the distinction between women and men. Gender means representation, expectations, values, norms and much more. In this article, we shall view gender as a differentiating tool in a close relation to age. Femininity and masculinity have many and varied representations in movies. Of course, the models of femininity and masculinity differ from one film to another, but we will analyze them in general, focusing only on the age-related representations.

* Doctoral School of Sociology, University of Bucharest, e-mail: mosor.alexandra@yahoo.com.



Commonsensically, we often associate femininity with beauty and youth, while the portrayal of masculinity tends to be associated with an older age. That's why my initial assumptions were that the moment of glory brought by the earning of an Oscar happens at different ages, depending on the gender of the recipient.

If one should name something as a benchmark in the film industry, it would be the Oscars. Coveted and eagerly awaited every year, the Oscars have enjoyed a special popularity for decades. They are the end target for many young or old actors, regardless of their gender, ethnicity or race. (McIntyre & Chen Cheng, 2019) The first Academy Awards (Oscar prize) presentation took place on May 16, 1929, at a private dinner at the Hollywood Roosevelt Hotel, gathering an audience of about 270 people. The Oscar for Best Supporting Actor was introduced later, in 1937.

I am basing my research on the following assumption: the older actors have more chances to win an Oscar because they are more famous than the younger ones, whereas the younger actresses are more prone to succeed in this career earlier in life, and their success is more connected to their beauty than to other attributes.

LITERATURE REVIEW AND THEORETICAL GROUNDING

The theoretical framework of this article focuses on several central elements. These are: gender, aging and their intersectional representation in Oscar-winning movies. I set out to find out the average age at which men, respectively women have won their Oscar for Best Actor / Actress. The studies presented below approached the issue from the same perspective, that of gender. From my point of view, gender is a rich cultural resource, through which we identify and define ourselves as individuals. Many times, we find that people do or don't do certain things based on gender-associated expectations. In this case, I'm exploring the connection between the success of movies, the success of actors and actresses and their age. In this article, gender is a differentiating tool, in a close relation to age.

Laura Mulvey's theory about male gaze serves as starting point for this paper. She asserted that the majority of well-known films are made in such a way as to attract a certain type of look, the male scopophilia ("pleasure in looking", Freud, 1953), objectifying women into mere objects to be looked at). Mulvey's concept of "male gaze" can be described as a heterosexual, manly look (in fact, it is also referred to as a "masculine look"). For a male spectator, visual material that caters to male voyeurism tends to sexualize women. (Mulvey, 1989) This is why I wanted to find out what the average age is for women to win an Oscar to further connect this data with the age of beauty. Furthermore, the disparity between this and the average age of men at the moment of winning an Oscar as best Actor / supporting Actor is important in order to be able to establish a correlation.

Continuing the discussion on gender, we should introduce the concept of gender exposures, which, according to Erving Goffman (1979) are predetermined displays of gender; we, humans, reveal our gender through clothes, communication,

and behavior. "Gender Advertisements", the research he published, looked at how gender is communicated in the United States through print media. Goffman looked at over 500 images from newspapers and magazines and discovered that men are depicted in greater sizes than women and are typically in a dominant position on a symbolic level. He also discovered that depictions of women who are completely reliant on men are the most common during the era he studied. In their classic research "Doing Gender", West and Zimmerman (1987) expanded the Goffman's observations. The theory of symbolic interaction, which focuses on the day-to-day interactions of the micro-level that generate and question gender as we know it, has impacted the popular and modern approach to gender sociology. Gender instability and fluidity are highlighted in this approach, which recognizes that gender is essentially changing because it is formed by humans via their interaction.

Our daily actions are defined by gender. What we do or don't do contributes to gender construction. According to Simon Biggs (2004), adult aging brings back to attention the issue of gender and identity, possibly constructing a compelling story of age, but without laying too much stress on the complexity of these issues. It raises the question of how history and experience are valued in today's world. It also questions the way we live and deal with the complexity of our identities and the way these identities can be manipulated by others. The intricacy of age and gender also reminds us that various truths about ourselves may coexist at different levels within the psyche. The complexity of age and gender's interferences shows that, despite the various beliefs about ourselves, we may still juggle with varying degrees of visibility. This idea of the hidden and the surface allows to consider different spaces which allow to grow and develop.

As my hypothesis is related to gender and age of the Oscar winners, the following section of literature review tries to explore this subject. Thus, one of the researches is that of Lauzen and Dozien (2005), who approaches the representations of gender and age in the most popular movies. Most of the Oscar winners are American actors. Immediately after, statistically speaking, are actors from Great Britain. Linking the representations identified in films with the population of the United States, this study revealed that the film portrayal of women, respectively men in the US population is unbalanced, despite the steady increase in the number of male characters. Their study shows that men in their 40s and even older were more likely to hold leadership roles and earn occupational power than their female counterparts. Major male characters outnumbered female characters by a wide range. The majority of male characters were in their late 30s and 40s, while the majority of female characters were in their 20s and early 30s. More specifically, the study searched for a relationship between the leadership status and the person's ability to achieve goals. Most characters in top-grossing movies played leadership roles as they got older, but the number of these roles decreased after they turned 60. The conclusions of the study conducted by Lauzen and Dozier (2005) were similar to the initial assumptions of my study. Men and women are represented differently depending on their gender and age (and awarded

differently, accordingly). Although there were not significant differences in leadership abilities for female characters', these abilities were significantly more prevalent in the roles played by men in their 40s and 50s. Similarly, in their 60s and 70s, male characters were more likely to have powerful occupational roles than female characters. Occupational power increased for female characters as a linear function of age. However, it was significantly stronger for male characters when they were in their late 30s, 40s, or 50s.

The history of the Academy Awards is engrained with a certain privilege that actors enjoy more (Beckwith & Hester, 2018), compared to actresses, and this is, the possibility of having a more sustainable career in the film industry. (Child, 2015) Over time, several critics have pointed out that actresses are excluded from the film industry when they reach middle age (Ghazi Askar, 2013). This privilege of the actors is gender-related, and in approaching it, we will use the concept of hegemonic masculinity and its relationship with both other forms of masculinity, and with femininity. It is a way of describing the privilege that men have over women (Connell, 1996). Hegemonic masculinity is the ideology that guarantees the dominant social position of the man and the subordinate position of the woman in society. According to this concept, masculine traits are superior to feminine traits and, consequently, are more desirable. Hegemonic masculinity has been defined, in fact, as "a configuration of gender-related practices that includes the accepted answer today to the question of patriarchal legitimacy, an answer that guarantees (or is believed to guarantee) the dominant position of men and the subordination of women." (Connell, 2005)

Further, I will discuss aging, and especially aging related to gender, all in the context of their representation in media. As Lazz argues (1998), the sociology of age is not so rigorously documented or taught in most schools and is less commonly studied than the sociology of aging. This is largely due to the overlapping of the two fields of study. Some overlaying assumptions referring to age as an objective fact, age as an individual attribute and age as a social problem obscure the various facets of age studied by sociologists. His paper developed a framework for age recognition as both a process and an effect of social interactions. Aging changes our look and our body, but also our behavior and social policies. According to Dawn Leah Magoffin (2007), older people are rarely represented in media in comparison with their real number in the real world. The statistics on the percentage of the old persons in America and the percentage of established media, such as television, vary due to the age definitions advanced by researchers. Studies have definitely stated that the old are under-represented in media. Seniors have traditionally been underrepresented in several types of media, including advertising, television or films. Older men and women often appear in advertisements for advanced age-related products such as medicines.

Also, in the film industry, older women were particularly portrayed as ugly and mean, just like in Disney movies. Comparing to men, they were more prone to be portrayed as eccentric, foolish, asexual, or lacking common sense. Another

representation featured them as being male-dependent in television commercials (Magoffin, 2007). Therefore, older women were less likely to be represented as working outside their home, despite the fact that 63 % of the US women, between the age of 55 and 59, and 44 % of women aged 60–64 continued to work outside their home (Smith, 2002).

Generally, in movies, the main female characters are younger than men. (Katz, 2017) Previous research showed that although female characters are between 20 and 30 years old, men outnumber females of the age of 30 and older. (Gerbner *et al.*, 1980) Gerbner concluded that “the character population is structured to provide relative abundance of younger women to older men”. However, only a small gender difference (14.8 % men, 12.1 % women) was detected in the category of 50 and above. Davis (1990) argued that “television women apparently lose their usefulness after the age of 35, but they reappear in equal proportion to men aged 50 and over”.

The value of characters from different gender and age groups is symbolically rendered through their absence or abundance on the screen and the quality of their portraits. Most media research on age focused on high-rating television. However, television and film studies have shown a consistent under-representation and distortion of older people, especially women (Lauzen & Dozier, 2005).

The representation and significance of gender in both movies and video games or any other kind of visual, narrative content were linked with what gender could generate and the way it was presented. Rughiniş and Toma (2015) argue that once a character is defined as male or female, a wide variety of stereotypes and scripts are available to players to make their own image of what they are expected to do. This cultural resource can also be used to deliver a meaningful and persuasive message about alignment with expectations. Like video games, movies can generate the same kind of expectations as soon as a female or male character enters the scene. The scripts associated with the situations of the characters can be intuited by the viewers, based on the characters’ gender and age. Our daily lives demonstrate similar ways of reacting to gender, usually according to the stereotypes we encounter daily. Watching a movie, we expect older characters to be wiser, while younger characters to be more impulsive, or women to be gentler and more sensitive, and men to be stronger and more resilient.

A relevant study on the same topic was conducted by Bazzini *et al.* (1997). Here, the film industry was often referred to as both an instigator and perpetuator of gender-based stereotypes. This study analyzed the content of over five decades of popular movies. They hypothesized that the depiction of older women in movies would continue to be under-represented compared to men of the same age. Compared to men, women were underrepresented, in terms of characters (quantitatively). These findings support the observation that women who grew old are not considered fit to endorse or sell products. The study showed that one of the main factors that severely reduced the number of older female Academy Award-winning actresses was that few older women appeared in movies. This conclusion coincides with the suggestion made by Markson and Taylor that the low number

of Oscar-winning older actresses is due to their lack of representation in movies. Older individuals are portrayed as less romantic, less friendly, and less competent. They are also less likely to have positive experiences after a movie's end.

In her study, Rebecca Feasey (2011) argues that the action film hero was typically a man who had already seen his fair share of action in life. However, physical strength and speed were not associated with the old age. She also concluded that although little work was dedicated to the subject of aging in film stardom, it tended to focus on the negative treatment that older actresses had received in Hollywood. An increasing number of studies highlight women being more likely to experience sexual disfunction than male characters in films. It is also suggested that the image of the aging female figure does not fit with the image of the female action star, who is supposedly the epitome of physical perfection (and youth).

If we look back at the film industry, actors have been more prominent and portrayed a larger number of roles than have actresses – an example that speed up during the 1960s without a corresponding increase in the number of available actors. That older actresses play fewer roles than older men is perhaps not surprising. (Markson, 2000) Between 1970 and 2000 a shortage of roles for women of all ages in American film has been noted. It is not that older actresses are not available. For instance, in 1989, the latest year for which Screen Actors Guild information is accessible, 11 % of actors and 9 percent of actresses were 60 years old or over. That the woman is disappearing, notwithstanding her age, most likely mirrors Hollywood's reaction against the women's movement. Besides, in American film, older actresses have generally been less noticeable than more youthful actresses. Reduced sympathy for advanced age in general, and to women that are older in particular, isn't unique to this industry. During the nineteenth century, an unmistakable unfriendliness toward advanced age emerged with the improvement of working-class American culture. Women were prime targets for products from health, cosmetic and pharmaceutical industries, emphasizing youth, health, and slimness, for ideals of female beauty required youthful, unwrinkled faces and lithe figures of adolescence or early adulthood. Older women, without the liveness of early adulthood, were at the twofold peril of ageism and sexism – a topic built up by contemporary purchaser culture. The women's movement also has to a great extent disregarded older women, mirroring the ambivalence that many founders felt towards advanced age overall and towards their own moms specifically (Markson, 2000).

Another important study in films and gender led to the formulation of the the Bechdel Test. This is a test that aims to assess how balanced or unbalanced a film is, gender-wise. In 1985, the American writer Alison Bechdel published in a series of comics a simple test to assess the representation of women in a film. To pass the test, a film has to have: **1.** have to have at least two [named] women characters in it; **2.** Who should talk to each other; **3.** About something else besides a man. (Bechdel, 1985) I found it interesting to know how many of the films in which the Oscar-winning actors starred would pass the Bechdel test.

METHODOLOGY

In this research I used the method of content analysis, in a quantitative approach. The analysis was done on a body of information collected from the Internet Movies Data base, IMDb (imdb.com). I have selected data and made up a database which contains the names of the actors and actresses who have won the Oscar prize year after year, and their age at the award-winning moment. I have divided the analysis into two sections: winners of best actor / best actress in a leading role and best actor / actress in a supporting role.

For each winner, I calculated the age at which he won the Oscar and then found out the average age. In each of these two sections of the analysis and the database, I also identified whether or not the film passed the Bechdel Test. The database was created in the IBM SPSS Statistics (Statistical Package for the Social Sciences) software, with the help of which I performed the entire analysis, using the descriptive statistical tools available. Data were synthesized using frequency tables, but also using the main measures of central tendency, such as mean, median, and mode. At the same time, I took into account the minimum and maximum values for each data set.¹

RESULTS

Best Actor in a Leading Role – The statistics (*Table 1*) show that the average age for the category Best Actor in a Leading Role is 44.72 (averaged to 45 years old). The small difference between the mean and the median demonstrates that there are no extreme values. In other words, no actor was too young or too old to win an Oscar. The minimum age is 30 and the maximum age is 77. The age which is most frequently met is 39 (the mode). If I refer to this data, it seems that the perfect age at which a man can win an Oscar is around 45.

Table 1

Statistics for Best Actor in a Leading Role

<i>Mean</i>	45
<i>Median</i>	43
<i>Mode</i>	39
<i>Minimum</i>	30
<i>Maximum</i>	77

¹ For more data on this research, you can email the author at alexandra.mosor@drd.unibuc.ro.

Figure 1 presents the highest frequency of age of winning an Oscar, which is around 40 and the lowest frequency, which is situated between 70 and 80 years old. The number of cases (N) is 93. The frequency of age supports the idea that most actors were 39 years old when they received the prize (8 actors). The histogram below shows that the age distribution is symmetrical.

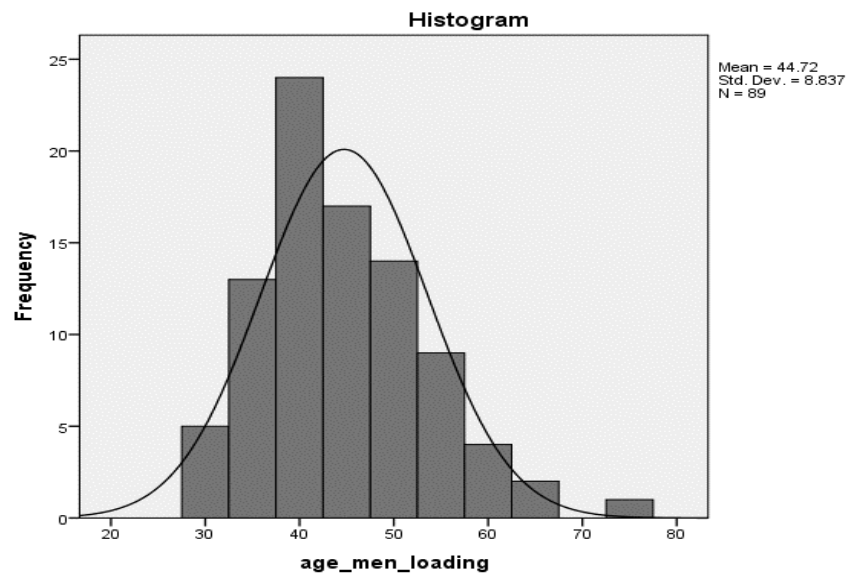


Figure 1 – Histogram for Best Actor in a Leading Role.

Best Actor in a Supporting Role – The statistics (Table 2) show that the average age for the category Best Actor in a Supporting Role is 50.84 (51 years old). In this case, the difference between the mean (50.84) and the median (47.00) increases, which results in more extreme values. The minimum age is 21 and the maximum age is 83. The mode is 47, equal with the median. If we look at this data, it seems that the perfect age at which a man can win an Oscar for a supporting role is higher than for a leading role, and this is around 51.

Table 2

Statistics for Best Actor in a Supporting Role

<i>Mean</i>	51
<i>Median</i>	47
<i>Mode</i>	47
<i>Minimum</i>	21
<i>Maximum</i>	83

Figure 2 presents the highest frequency, which is around the age of 50 and the lowest frequency, which varies between 20 and 30 years old. The number of cases (N) is 85. There were 8 missing cases, because the Oscar for best supporting actor was introduced later, in 1937, compared to when the first time Oscars were awarded to leading actors. Most actors were 47 years old when they received the award (7 actors). And this time the age distribution is symmetrical.

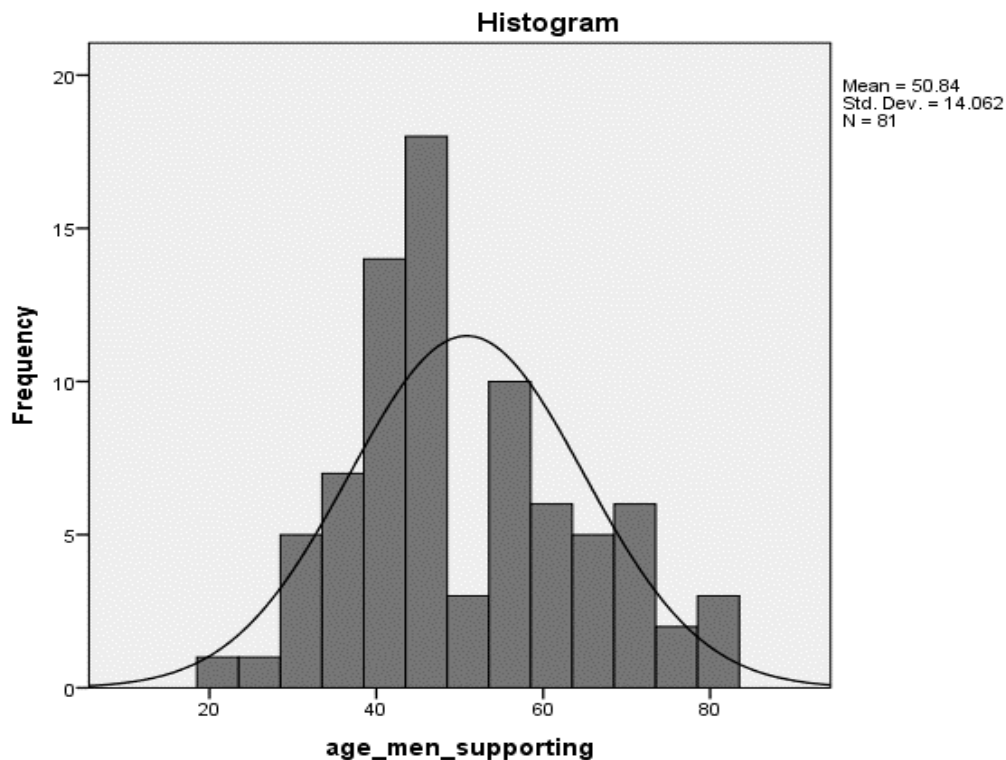


Figure 2 — Histogram for Best Actor in a Supporting Role.

Best Actress in a Leading Role – Table 3 shows the average age for the category Best Actress in a Leading Role, which is 36.66 (37 years old). In this case, there is a difference between the mean (36.66) and the median (34.00), which means there can be some extreme values. The minimum age is 22 and the maximum age is 81. In this case, the mode is 27. Thus, I can say that the perfect age at which a woman can win an Oscar for a leading role is 8 years less than when male actors are more likely to win an Oscar, and it is around 37.

Table 3

Statistics for Best Actress in a Leading Role

<i>Mean</i>	37
<i>Median</i>	34
<i>Mode</i>	27
<i>Minimum</i>	22
<i>Maximum</i>	81

Figure 3 (histogram) presents the highest frequency, which is around the age of 30, while the lowest frequency varies between 75 and 85 years old. The number of cases (N) is 93. It is important to notice the extreme values, which is around 80. Most actresses were 27 years old when they received the award (8 actresses).

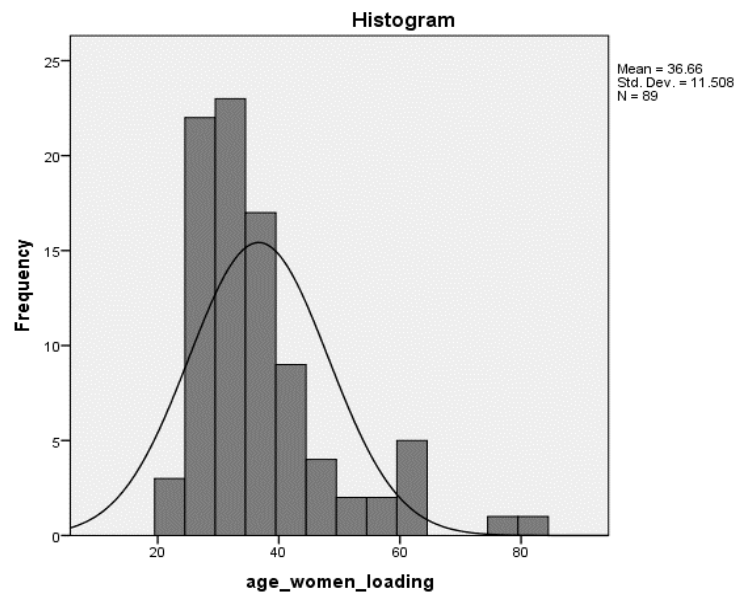


Figure 3 – Histogram for Best Actress in a Leading Role.

The database analyzed in this study includes four distributions of the ages for the Oscar winners, namely: actors in the Leading Role, actors in the Supporting Role, actresses in the Leading Role and actresses in the Supporting Role. Of these four distributions, the only one that rejects the null hypothesis is the distribution of ages for actresses who have won the Oscar for best actress in a Leading Role, with

a statistical significance under 5 %. The hypothesis test was realized in SPSS (*Table 4*).

Table 4
The hypothesis test

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of age_men_loading is normal with mean 44.72 and standard deviation 8.84.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	.408	Retain the null hypothesis.
2	The distribution of age_men_supporting is normal with mean 50.84 and standard deviation 14.06.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	.058	Retain the null hypothesis.
3	The distribution of age_women_loading is normal with mean 36.66 and standard deviation 11.51.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	.009	Reject the null hypothesis.
4	The distribution of age_women_supporting is normal with mean 40.80 and standard deviation 13.91.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	.209	Retain the null hypothesis.

Hypothesis Test Summary

Asymptotic significances are displayed. The significance level is 0.05.

Best Actress in a Supporting Role – *Table 5* shows the average age for the category Best Actress in a Supporting Role – which is 36.66 (37 years old). There is a small difference between the mean and the median, that leads to the conclusion that there aren't any extreme values. The minimum age is 11, while the maximum age is 78. In this case, the mode is 31. Thus, I can say that the perfect age at which a woman can win an Oscar for a supporting role is 10 years less than men, more precisely around the age of 41.

Table 5
Frequency for Best Actress in a Supporting Role

<i>Mean</i>	41
<i>Median</i>	39
<i>Mode</i>	31
<i>Minimum</i>	11
<i>Maximum</i>	78

Figure 4 (histogram) presents the highest frequency, which is around the age of 35 and the lowest frequency, which varies between 15 and 20 years old. The number of cases (N) is 85. There were 8 missing cases, because the Oscar for best supporting actor was introduced later, in 1937. Most actresses were 31 years old when they received the award (6 actors).

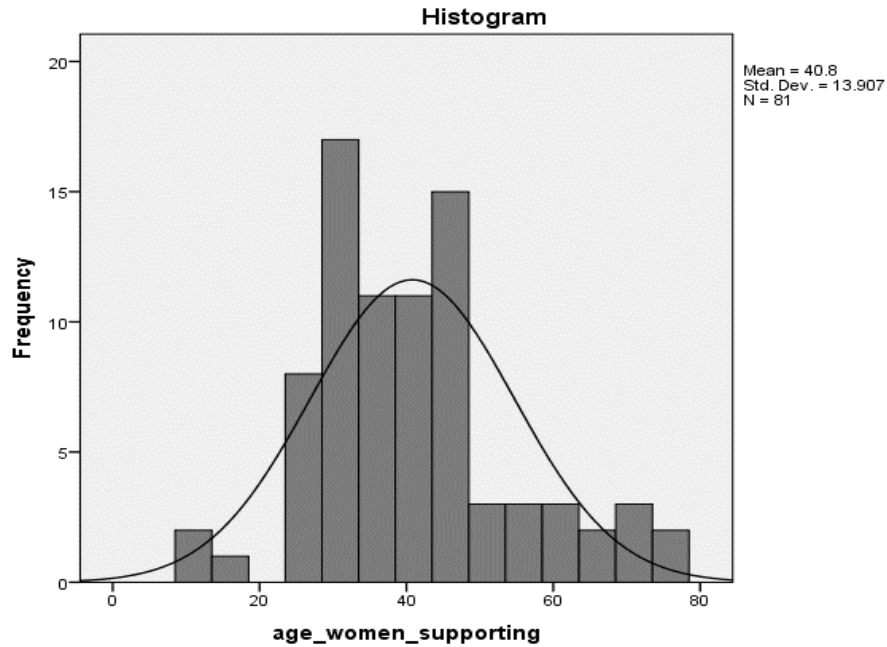


Figure 4 – Histogram for Best Actress in a Supporting Role.

Table 6

Measures of central tendency for the data set

	N (valid)	Mean	Median	Mode	Min.	Max.
Best Actor in a Leading Role	93	45	43	39	30	77
Best Actress in a Leading Role	93	37	34	27	22	81
Best Actor in a Supporting Role	85	51	47	47	21	83
Best Actress in a Supporting Role	85	41	39	31	11	78

Following the four different analyzes according to gender and type of award, I can say women are more likely to win the award at younger ages than men. Their average age is lower than the average age of men, both for the main roles and for the secondary roles. The age difference between women and men who won the award for a leading role is eight years (45 for men, 37 for women), and for the supporting role is ten years (51 for men and 41 for women).

Because we cannot discuss movies and gender without including the Bechdel test, I incorporated this test into my analysis on the films for which those actors and actresses won Oscar awards. Most of the films in which the men won the award for

best actor did not pass the test – 39, while only 25 did so. Regarding the films in which the men won the Oscar for a supporting role, the number of those who passed the test is higher (30 films) than those who failed the test (28 films). Regarding the films in which the women won awards, the situation is different: leading role – 59 films passed the test, 13 did not pass the test, and for supporting roles: 45 films passed the test, while 19 films failed the test (*Figure 5*). The other movies (those that are not included in this specific side analysis) were not identified in the database available at <https://bechdeltest.com/search/>.

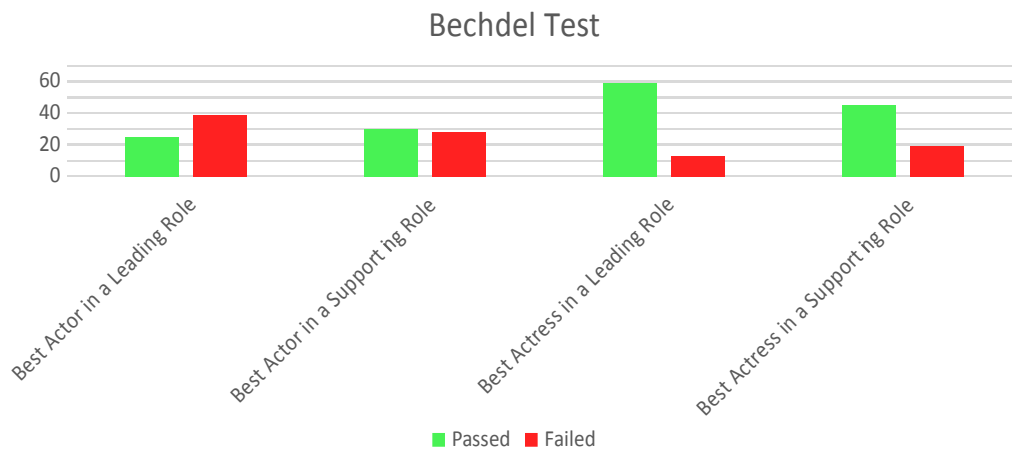


Figure 5 – Bechdel Test – applied on my research corpus.

DISCUSSION AND CONCLUSIONS

My findings demonstrate that the assumption that older actors have more chances to win an Oscar because they are more famous than the younger ones, whereas the younger actresses are more prone to succeed due to their beauty, was confirmed. According to the results, the most eligible candidates to the Oscar awards are younger actresses and older men. The average age for the category Best Actor in a Leading Role is 45 years old, without extreme values whereas, in case of Best Actor in a Supporting Role, it is 51 years old, with the likeliness of extreme values. As for the actresses, the average age is 37 years old for Best Actress in a Leading Role, with the likeliness of extreme values, and 41 years old for Best Actor in a Supporting Role, without extreme values. The age difference between women and men who won the award for a leading role is eight years and for the secondary role is 10 years.

According to the statistics results, the average age of men in a leading role receiving an Oscar is 45, while for women in the leading role of is 37. As Feasey argues, the topic of aging in film stardom tends to focus primarily on the negative

treatment (such as being marginalized or ignored, not being distributed etc.) received by the older actresses at Hollywood, even if it hasn't been explored extensively. There is a significant difference between the age of men and women who won an Oscar, but this can be explained by the fact that women are more visible in the movie world as long as they are young and beautiful. (Adamec, 2021)

The actors winning these awards are considered to represent the "viewer's vision". (Women & Hollywood, 2015) That is why roles such as the one played by Leonardo di Caprio in *Titanic* has won many awards and has been appreciated by all categories of people. Such a role played at a young age could provide the recipient a lifetime popularity, but it cannot promise them an Oscar.

It is important to say that the films in which the actors and actresses appeared can create certain beliefs about how we should or should not act or look like as a "woman" or as a "man". (Women & Hollywood, 2015) Some of the characters are simple and minor passers-by, whereas others remain as outstanding figures in the public's memory or become a landmark for teenagers, offering them the opportunity to interpret everyday life in relation to the movies they watch. Cosima Rughiniș (2015, p. 643) argues that building a perceptual grid is the key to the development of characters who can both motivate and be daunting. Even if there are some visible differences between the age of actresses and actors who won an Oscar, these differences come in a natural way (Adamec, 2021) and this does not attract the attention of the spectators.

Regarding the women and their presence or representation in films, I consider that the analysis of the Bechdel test is relevant. This showed that several films for which the women won the Oscar passed the test, while the films that brought Oscar roles to men did not pass the test with the same frequency.

In conclusion, the results of my research show a difference in terms of age between the actors and actresses who won the Oscar. Thus, it can be seen that actresses are more likely to be awarded an Oscar around the age of 39 (leading role – 37 years, supporting role – 41 years), and actors around the age of 48 (leading role – 45 years, while for supporting role was 51 years). This topic is worth being researched further on, in a close connection to the implications and reflections of how age, gender, and the film industry shape our views of the world nowadays.

Hegemonic masculinity, as cultural norms that legitimize the dominant position of men in society and justify the subordination of women and other marginalized types of masculinity, may represent a new direction of research, applicable on the same database. Specifically, I think it's interesting to note how the characters played by the Oscar-winning actors relate, narratively, to the other characters in those films.

By looking at the Bechdel Test correlated results, I can outline some new research conclusions and directions. At a first glance, I might think that the films that led to winning of an Oscar for leading actor are more patriarchal than the ones in which the supporting character is better defined, thus overturning stereotypes about the superhero characters. Also, looking at the data related to the films that led to winning an Oscar for best actress in the leading or supporting role, a tendency can be grasped that the stronger the female character, the more likely it is for the film to be feminist or to have a more feminist message.

REFERENCES

1. Adamec, C. (2021, January 25). Age-Gap Relationships in Cinema: A Case Study of ‘Malcolm and Marie’. *Hollywood Insider*. Available at: <https://www.hollywoodinsider.com/age-gap-relationships-cinema/>. Accessed 19 Apr. 2022.
2. Bazzini, D.G., McIntosh, W.D., Smith, S.M. *et al.* (1997). The aging woman in popular film: Underrepresented, unattractive, unfriendly, and unintelligent. *Sex Roles* 36, p. 531–543. <https://doi.org/10.1007/BF02766689>.
3. Bechdel, A. (1985). The Rule. In *Dykes to Watch Out For*.
4. Beckwith, J. & Hester, M. (2018, March 3). When Do Actors and Actresses Reach Their Oscar-Winning Prime?. *The DataFace*. Available at: <https://thedataface.com/2018/03/culture/oscar-nominees-age>. Accessed 22 Apr. 2022.
5. Biggs, S. (2004). Age, gender, narratives, and masquerades, *Journal of Aging Studies*, Volume 18, Issue 1, Pages 45-58, ISSN 0890-4065, <https://doi.org/10.1016/j.jaging.2003.09.005>.
6. Child, B. (2015, June 2). Average age-gap between male/female romantic movie leads is only four years. *The Guardian*. Available at: <https://www.theguardian.com/film/2015/jun/02/average-age-gap-between-malefemale-romantic-movie-leads-is-only-four-years>. Accessed 19 Apr. 2022.
7. Connell, R. (1996). Teaching the Boys: New Research on Masculinity, and Gender Strategies for School. *Teachers College Record*, XCVIII (2), p. 206–235.
8. Connell, R. (2005). *Masculinities* (ed. 2nd). Berkeley, CA: *University of California Press*.
9. Davis, D. M. (1990). Portrayals of women in prime-time network television: Some demographic characteristics. *Sex Roles*, 23, p. 325–332.
10. Feasey, R. (2011). Mature masculinity and the ageing action hero. *Groniek*, 190, p. 507–520. ISSN 0169-2801.
11. Freud, S. (1953). Three essays on the theory of sexuality (1905). In *The standard edition of the complete psychological works of Sigmund Freud, volume VII (1901–1905): A case of hysteria, three essays on sexuality and other works* (p. 123–246).
12. Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N., & Morgan, M. (1980). Aging with television: Images on television drama and conceptions of social reality. *Journal of Communication*, 30, p. 37–47.
13. Ghazi Askar, J. (2013, March 1). Oscars illustrate Hollywood’s gender age gap. *Desert News*. Available at: <https://www.deseret.com/2013/2/28/20515281/oscars-illustrate-hollywood-s-gender-age-gap>. Accessed 20 Apr. 2022.
14. Goffman, E. (1979). *Gender Advertisements*, New York: *Harper & Row, Publishers*.
15. Katz, B. (2017, July 19). The Shocking Age Difference Between Actors and Actresses Winning Oscars. *Observer*. Available at: <https://observer.com/2017/07/felicity-jones-ruth-bader-ginsburg-oscars-age-differences/>. Accessed 21 Apr. 2022.
16. Lauzen, M.M. & Dozier, M.D. (2005). Maintaining the Double Standard: Portrayals of Age and Gender in Popular Films, *Sex Roles*, April 2005, Volume 52, Issue 7–8, p. 437–446

17. Lazz, C. (1998). Act Your Age. *Sociological Forum*, 13(1), 85–113. Retrieved May 23, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/684926>.
18. Magoffin, L.D. (2007) Stereotyped Seniors: The Portrayal of Older Characters in Teen Movies from 1980–2006, *All Theses and Dissertations*. Paper 977.
19. Markson, E.W., & Taylor, C.A. (1993). Real versus reel world: Older women and the academy awards. *Women and Therapy*, 14, p. 157–172.
20. Markson, E. W., & Taylor, C. A. (2000). The mirror has two faces. *Ageing and Society*, 20(2), p. 137–160. DOI:10.1017/S0144686X99007680.
21. McIntyre, N. & Chen Cheng, O. (2019, February 22). Is age just a number? Oscar winners are getting older, analysis reveals. *The Guardian*. Available at: <https://www.theguardian.com/film/2019/feb/22/is-age-just-a-number-oscar-winners-are-getting-older-analysis-reveals>. Accessed 23 Apr. 2022.
22. Mulvey, L. (1989). Visual pleasure and narrative cinema. In *Visual and other pleasures* (p. 14–26). Palgrave Macmillan, London.
23. Peplow, G., Aguilar Garcia, C. & Gillingham, B. (n.d.). The Anatomy of an Oscar Winner. *Sky News*. Available at: <https://news.sky.com/story/oscars-2022-diversity-v-data-what-analysis-of-93-years-of-winners-tells-us-about-the-academy-awards-11635455>. Accessed 21 Apr. 2022.
24. Rughiniș, C. & Toma, E. (2015). Sketchy Wives and ‘Funny Heroines. Doing and Undoing Gender in Art Games, Human-Computer Interaction: Interaction Technologies, Bucharest, Lecture Notes in *Computer Science* Volume 9170, 2015, p.640–648.
25. Smith, D. (2002). The older population in the United States: March 2002. *US Census Bureau Current Population Reports*, P20-546. Washington, DC: US Census Bureau.
26. West, C. & Zimmerman, D.H. (1987) Doing Gender, *Gender & Society*, Vol 1, Issue 2, p. 125–151.
27. Women and Hollywood. (2015. June 1). Study: How Much Older Are Male Leads in Romantic Films than Their Female Co-Stars?. *Women and Hollywood*. Available at: <https://womenandhollywood.com/study-how-much-older-are-male-leads-in-romantic-films-than-their-female-co-stars-43ddef908f19/>. Accessed 20 Apr. 2022.

PANDEMIE SI ECONOMIE. O ABORDARE MULTIPARADIGMATICĂ

LUMINIȚA CHIVU*

ABSTRACT

PANDEMIC AND ECONOMY. A MULTI-PARADIGM APPROACH

The following commentary approaches the issue on the economic effects generated by the COVID-19 pandemic, based on the work of Acad. Daniel Dăianu, *Pandemic and the economy. What's next?*

Keywords: COVID-19 pandemic, economic crisis, health crisis, social impact.

Cartea Academicianului Daniel Dăianu¹, cu titlul „*PANDEMIA ȘI ECONOMIA. Ce urmează?*”, abordează problematica unei crize sanitare cu magnitudine planetară și cu un impact social, economic și financiar extrem de sever, a cărei recurență îl poate accentua, punând sub semnul incertitudinii coordonatele redresării post-pandemie la nivel global și capacitatea de ripostă a omenirii în fața unor asemenea amenințări.

Demersul științific de maximă profunzime analitică, așa cum se dovedește cel reflectat în acest volum, prin spectrul larg al viziunii, cadrului conceptual și multiplelor aspecte complexe, multidimensionale, intercondiționate și logic articulate, care conferă expunerii și algoritmului argumentativ al ideilor forța demonstrativă a raționalității și veridicității identificării cauzelor crizei și factorilor săi de influență, respectiv a fundamentării recomandărilor de politici privind atenuarea impactului și soluțiilor de ieșire din criză, întrunește valențe atât teoretice,

* Prof.Dr., CS I, INCE, National Institute of Economic Research, Agrifood Economy and Rural development, Faculty Member, Bucharest, e-mail: ciuvu@ince.ro.

¹ Text prezentat în cadrul dezbaterilor cu tema „Pandemia, schimbarea climatică și societatea”, organizate cu ocazia lansării cărții „Pandemia și economia. Ce va fi după?”, elaborată de acad. Daniel Dăianu, sub egida Secției de Științe Economice, Juridice și Sociologie, Banca Națională a României, 21 septembrie 2021.



dar mai ales practice, de importanță vitală, inclusiv pentru cazul particular al României.

Consider că în această cheie trebuie interpretat efortul de mare relevanță cognitivă al academicianului Daniel Dăianu, care pledează pentru o schimbare a paradigmei filozofiei economice, ce necesită a fi orientată, pe baza arsenalului „cunoașterii consolidate”, de o asemenea manieră încât să nu neglijeze amenințările existențiale la adresa democrației și a civilizației umane.

Ca exemplu în acest context, a se vedea pertinentele considerații ale domniei sale din cadrul capitolului „Asaltul asupra cunoașterii, a rațiunii și alunecarea spre întuneric”, cu referire specială la schimbările climatice, punct generic de referință și pentru dezbateră noastră de astăzi.

Între ideile-forță care traversează cartea și care se regăsesc, mai mult sau mai puțin vizibil, în puncte-cheie ale structurilor analitice și argumentative, este și cea legată de oameni și importanța capitalului uman în acomodarea piețelor, în special a pieței muncii, la șocuri adverse.

În mod justificat, în demersul analizei fenomenului emigrației, Academicianul Daniel Dăianu face aprecierea potrivit căreia „este straniu că problema demografică din Europa Centrală și de Est și impactul economic al migrației nu sunt judecate mai atent la nivelul instituțiilor europene”, exprimându-și dubiile cu privire la suficiența explicării exodului masiv al populației active din aceste țări, care le dezechilibrează structura pe vârste, le încordează piața muncii și le afectează puternic competitivitatea economiei, prin logica Pieței Unice și a libertății de mișcare a factorilor de producție.

De aceea, autorul pledează pentru diminuarea diferențialului de salarii, politici clare la nivel național și al UE, care să țină seama de nevoia de atenuare a decalajelor, de instituire a unor sisteme integrate de asistență socială și a unor instrumente de amortizare a șocurilor asimetrice, a uniunii bancare depline, a unei capacități fiscale comune ș.a.

Titlul cărții conține și întrebarea *Ce urmează? / Ce va fi după?*, întrebare la care autorul răspunde pe parcursul întregului demers analitic, identificând oportunități, presărând note de optimism, dar și atrăgând atenția asupra importanței decisive a valorificării acestui moment.

Da, criza provocată de pandemia COVID-19 și impactul suferit printr-o deteriorare bruscă și aproape generalizată a contextului macroeconomic și mediului de afaceri, afectând sever inclusiv echilibrul extrem de fragil al pieței muncii, a generat și oportunități unice, constând în derogări de la criterii stricte, inclusiv fiscal-bugetare și / sau regândiri profunde în strategii și politici.

Am avut sentimentul, după mulți ani, că ”a venit și vremea noastră”, ca economie și societate, că semnalele privind schimbările de paradigmă din filozofia economică și socială europeană ne sunt propice, strategiile și programele nu mai sunt destinate numai celor mai competitivi, mai eficienți, marilor jucători și că, în sfârșit, dacă avem înțelepciunea de a valorifica acest moment, putem promova

strategiile adecvate contextul nostru național pentru reducerea decalajelor persistente și, în unele cazuri, cu tendință de creștere.

Oportunitățile oferite pentru promovarea unor măsuri destinate redresării mediului de afaceri și protejării lucrătorilor în condiții de criză, pentru elaborarea unui Plan Național de Redresare și Reziliență sau includerea a șase județe din România în componenta europeană de finanțare pentru tranziție justă / echitabilă (cu șansele includerii altor șase) și alocarea în noul exercițiu 2021–2027 a unor finanțări pentru acestea, menite să asigure echilibrul între componentele economică, socială și de mediu sau, în același context, noile finanțări printr-un program operațional destinat dezvoltării durabile, reprezintă tot atâtea motive de optimism.

Estimările primelor consecințe ale crizei au condus, între altele, la concluzia că discrepanța majoră între statele membre UE27 nu constă neapărat în magnitudinea șocului economic generat de pandemie, ci în maniera în care piețele muncii naționale reacționează la acest șoc și capacitatea autorităților de a promova politici de răspuns la acesta.

Criza sanitară a pus în evidență faptul că tendința de adâncire a inegalităților economice și sociale din ultimele decenii, inclusiv în România, are o componentă umană existențială, grupurile și persoanele marginalizate fiind cele mai vulnerabile în fața impactului crizei sanitare, situându-se sub limita vitală de subzistență pe care orice stat are obligația constituțională de a le-o asigura.

S-au făcut eforturi extraordinare pentru atenuarea impactului social al crizei, în condiții nemaîntâlnite și de mare incertitudine, dar rămân întrebări la care nu avem încă un răspuns.

Nu putem să nu ne întrebăm cum au trăit și trăiesc în această pandemie cei un milion de NEETs, tineri în vârstă de 15-34 ani din România, care nu se regăsesc nici pe piața muncii și nici în sistemul de educație și pentru care nu am putut identifica în sfera măsurilor promovate de autorități nici un corespondent.

În primăvara anului 2020 am avut oportunitatea unică de a ne reveni acasă, în plină pandemie, conform estimărilor oficiale, peste un milion de români, conștienți în acele momente de fragilitatea statutului lor pe piețele muncii din celelalte state membre în care emigraseră.

De ce au plecat la fel de dezamăgiți și înstrăinați cum au venit, fără să se găsească soluții pentru a-i face să se considere utili aici, în țară, în condițiile în care piața muncii din România se confruntă cu deficite cantitative și calitative pronunțate și persistente? Și, de ce, în plus, în vârful crizei pandemice, s-au deschis punctual culoare aeriene și terestre de transport pentru oportunitățile de munci sezoniere și ofertele venite uneori intempestiv pentru lucrătorii români din celelalte state membre ale Uniunii Europene?

Oare este corect înțeleasă filozofia tranziției juste, dacă aceasta implică, într-un județ al României, desființarea, în virtutea protecției mediului, a 5 000 de locuri de muncă din industria petrochimică și crearea a 3 000 de locuri de muncă în domeniul asistenței sociale? Unde este justețea și echitatea acestei tranziții?

Într-un interviu recent, autorul cărții pleda pentru o creștere a salariului minim, subliniind faptul că dacă autoritățile nu ar fi mărit salariile medicilor și ale personalului medical în timpul acestei pandemii, ar fi fost o nenorocire. Oamenii aceștia și-au riscat viața și puteau pleca în Occident, pe salarii mult mai bune. Și aceasta în condițiile în care, în deceniul anterior declanșării pandemiei sistemul sanitar românesc a cunoscut cea mai mare hemoragie de capital uman din întreaga UE.

Cum ne explicăm că totuși salariul minim nu crește?

De ce nu avem capacitatea ca mediu de afaceri, economie și societate să înțelegem că menținerea salariului minim și a nivelului general al salariilor și veniturilor din România la niveluri atât de scăzute poate avea efecte dramatice pe termen mediu și lung?

Nivelul ridicat al ratei de dependență demografică și ratei de dependență economică constituie senzori importanți în acest sens, ce trag semnale de alarmă privind viitorul demografic și al structurilor demo-economice ale României.

De ce nu valorificăm oportunitatea de redefinire a populației ocupate de către Organizația Internațională a Muncii, prin excluderea din componența acesteia a persoanelor care lucrează în gospodăriile agricole proprii pentru a produce bunuri agricole destinate exclusiv auto-consumului, respectiv fără a obține nici un venit în bani, aproximativ 780 mii de persoane după cele mai recente estimări ale Institutului Național de Statistică (lucrătorii familiali neremunerați, 10% din populația ocupată), pentru a gândi și finanța politici pentru această categorie de „populație productivă” conform noilor definiții în context național?

Într-o economie în care valoarea serviciilor prestate pentru populație depășește valoarea serviciilor prestate pentru întreprinderi (8,1 mld. euro versus 7,4 mld. euro în 2019), situație ce diferă substanțial de majoritatea statelor membre europene în care valoarea serviciilor pentru populație este mult inferioară celor prestate întreprinderilor (Franța, de exemplu, în 2020, 57,5 mld. euro versus 291,2 mld. euro), veniturile salariale reprezintă o potențială cerere importantă, un segment de piață din care în prezent ponderea importantă o dețin consumurile agroalimentare și utilitățile (peste 60 %).

Oare ce impact asupra dimensiunii valorice și a structurii pieței interne ar avea o apropiere a veniturilor salariale nete ale lucrătorilor din România de cele medii la nivelul UE27, știind că, în prezent venitul net de-a lungul unei vieți active (45 ani) pentru o persoană singură, fără copii, câștigând aproximativ 50 % din salariul mediu net la nivel național, era, în România, în anul 2020, de 194 153 euro, comparativ cu 629 839 euro venitul mediu la nivelul UE27 al acestei categorii de persoane?

Nu în ultimul rând, criza generată de pandemia COVID-19 a pus în evidență faptul că statele care au investit substanțial și constant în cercetare – dezvoltare – inovare au avut o capacitate mai mare și mai rapidă de reacție pentru contracararea efectelor acesteia.

Ce fundamente poate avea cercetarea științifică din România, în condițiile subfinanțării cronice și pierderilor importante de capital uman din ultimele decenii,

ale fenomenului *brain-drain* și creșterii substanțiale a numărului de brevete pentru invenții realizate de cercetătorii români și înregistrate în alte state membre?

Constatând din filozofia Planului Național de Redresare și Reziliență (de la elaborarea fișelor de reformă și investiții) că finanțările europene vin numai pentru proiecte cu grad relativ înalt de maturitate științifică, oare de ce nu înțelegem că finanțarea națională nu trebuie să copieze automat aceleași tipare, ci dimpotrivă, trebuie să-i fie complementară și să asigure tocmai susținerea cercetărilor din faza lor incipientă, teoretică până la cea experimental-demonstrativă pentru a fi în măsură, pentru etapele ulterioare, să compenseze lipsa de fonduri naționale cu atragerea de fonduri europene nerambursabile, depășind statutul de contribuabil net la bugetul UE pentru CDI?

Și să se asigure cercetătorilor nu numai resursele financiare pentru acoperirea salariilor, ci și pe cele absolut necesare pentru derularea cercetărilor experimentale, empirice și practice, de exemplu, în cazul biologilor, virusologilor și chimiștilor, fondurile pentru echipamentele, reactivii și substanțele de laborator, sociologilor pentru realizarea de sondaje și anchete etc.

Încheind într-o notă optimistă, vreau să felicit autorul pentru cartea care se află în centrul dezbaterilor de astăzi și care ne-a îndemnat la profunde reflecții, urându-i totodată ca speranțele privind schimbarea de paradigmă a filozofiei economice să se împlinească, în sensul conturat de domnia sa.

